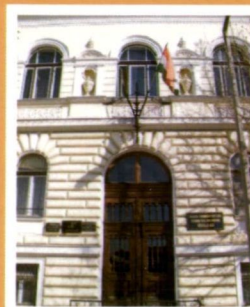


58842  
3 71 357

# JELENKORI TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI FOLYAMATOK



X. évfolyam  
2. szám  
2015



**SZEGEDI TUDOMÁNYEGYETEM**  
● **MÉRNÖKI KAR**  
**Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet**





2016 MARC 0 1

# **JELENKORI TÁRSADALMI ÉS GAZDASÁGI FOLYAMATOK**

**A Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar  
Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézetének  
társadalomtudományi folyóirata**

**X. évfolyam, 2. szám (2015/2.)**

**Kiadó:**

Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar  
6724 Szeged, Mars tér 7.  
telefon: 62 546 000, e-mail: dekan@mk.u-szeged.hu  
honlap: www.mk.u-szeged.hu

**Felelős kiadó:**

Prof. Dr. Keszthelyi-Szabó Gábor D.Sc.,  
egyetemi tanár, rector emeritus  
az SZTE Mérnöki Kar dékánja

**Szerkesztőség:**

Szegedi Tudományegyetem Mérnöki Kar, Ökonómiai és Vidékfejlesztési Intézet  
6724 Szeged, Mars tér 7.  
telefon: 62 546 027, e-mail: tmark@mk.u-szeged.hu

**Főszerkesztők:**

Dr. habil. Gál József – Prof. Dr. Gulyás László

**Szerkesztő:**

Dr. Kis Krisztián

**Szerkesztőbizottság:**

Dr. Benkő-Kiss Árpád C.Sc., Dr. Fabulya Zoltán Ph.D., Dr. habil. Gál József Ph.D.,  
Prof. Dr. Gulyás László Ph.D, Ph.D, Dr. Hampel György Ph.D., Dr. Kis Krisztián Ph.D.,  
Dr. Lendvai Edina Ph.D., Nagy Sándor M.Sc., Dr. habil. Oláh Judit Ph.D.,  
Dr. Panyor Ágota Ph.D., Dr. Székely Andrea Ph.D., Dr. Zsótér Brigitta Ph.D.

**Technikai szerkesztő:**

Czibolya Anita

**Nyomda:**

Innovariant Nyomdaipari Kft.  
6750 Algyő, Ipartelep 4.  
telefon: 62 493 626, 62 493 638  
fax: 62 493 914  
e-mail: nyomda@innovariant.hu  
honlap: www.innovariant.hu

ISSN 1788-7593

Szeged, 2015



# SZERZŐINK

*Dr. Bajmócy Péter* Ph.D., egyetemi docens  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Bálint Ádám*, szakmai szolgáltató  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Csikós Sándor*, tanársegéd  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Dobó Franciska*, műszaki menedzser B.Sc hallgató  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Dr. habil. Gál József*, egyetemi docens  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Gergely Attila*, műszaki menedzser B.Sc hallgató  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Dr. Kis Krisztián* Ph.D., főiskolai docens  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Dr. pharm. Kómár Mária Magdolna*, gyógyszerész  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Molnár Anikó*, gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Németh Gabriella*, gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Dr. habil. Oláh Judit* Ph.D., egyetemi docens  
Debreceni Egyetem, Debrecen

*Dr. Panyor Ágota* Ph.D., egyetemi docens  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Pesti Kitti*, gazdasági és vidékfejlesztési agrármérnök B.Sc. hallgató  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Dr. Sárosi József*, Ph.D., főiskolai docens  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Dr. univ. Simonyi Péter*, humánökológus, óraadó  
Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest

*Szabó Zénó*, szakmai szolgáltató  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Vidéki Renáta*, geográfus M.Sc. hallgató  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged

*Dr. Zsótér Brigitta* Ph.D., főiskolai docens  
Szegedi Tudományegyetem, Szeged



# TARTALOMJEGYZÉK

## HUNGARIKUMOK, TÁPLÁLKOZÁS, FOGYASZTÓI SZOKÁSOK

<b>Kis Krisztián – Pesti Kitti:</b> Szegedi élelmiszeripari hungarikumok helyzete, lehetőségei a globalizáció és a lokalizáció kölcsönhatásában: eredet, hagyomány és minőség szögediesen .....	9
<b>Zsótér Brigitta – Molnár Anikó:</b> A pálinka előállításával kapcsolatos jogszabályváltozások (2010) – előállítási feltételek, adózási kötelezettségek – hatásainak vizsgálata a gyakorlatban .....	35
<b>Simonyi Péter:</b> A táplálkozás aktuális összefüggéseiről: történet, egészség, fenntarthatóság .....	53
<b>Zsótér Brigitta – Németh Gabriella:</b> Vásárlói szokások vizsgálata a M.I.T. Hungária Kft. szentesi üzleteiben.....	65

## TÁRSADALMI SZERVEZŐDÉSEK ÉS FOLYAMATOK

<b>Panyor Ágota:</b> A szövetkezők szerepe a mezőgazdaság zöldség és gyümölcs szektorában.....	75
<b>Bajmócy Péter – Vidéki Renáta:</b> Keszthely és környékének demográfiai elemzése 1990-2011 között statisztikai adatok alapján.....	87

## SZÁLLÍTMÁNYOZÁS, LOGISZTIKA, MECHATRONIKA

<b>Oláh Judit:</b> A közúti áruszállítás és szállítmányozás kihívásai napjainkban.....	103
<b>Kómár Mária Magdolna – Gál József:</b> A gyógyszerári logisztika és a minőségbiztosítás néhány összefüggése, valamint közreműködői.....	121
<b>Sárosi József – Csikós Sándor – Szabó Zénó – Bálint Ádám – Gergely Attila – Dobó Franciska:</b> Pneumatikus mesterséges izom által működtetett rehabilitációs eszközök tervezése és kivitelezése .....	131



**HUNGARIKUMOK,  
TÁPLÁLKOZÁS,  
FOGYASZTÓI SZOKÁSOK**



## **SZEGEDI ÉLELMISZERIPARI HUNGARIKUMOK HELYZETE, LEHETŐSÉGEI A GLOBALIZÁCIÓ ÉS A LOKALIZÁCIÓ KÖLCSÖNHATÁSÁBAN: EREDET, HAGYOMÁNY ÉS MINŐSÉG SZÖGEDIÉSEN**

Kis Krisztián – Pesti Kitty

**Absztrakt:** Az élelmiszeripari hungarikumok történelmi múlttal rendelkező, hagyományos módon előállított, hozzáadott értéket képviselő termékek. Kedvező tulajdonságaik ellenére jelenlegi piaci helyzetük eltér a kívánatostól. A szegedi egyetemisták körében végzett kérdőíves kutatás eredményeiből kiderül, hogy a hungarikumok ismertsége hiányos. A hallgatók értékelik a hungarikumok megkülönböztető jellemzőit, ugyanakkor árérzékenyek, többletfizetési hajlandóságuk jellemzően alacsony szintű. A szegedi élelmiszeripari hungarikumokat gyártókkal készített mélyinterjúk rámutattak arra, hogy piaci helyzetük javításának lehetőségként tekintenek termékeik hungarikummá válására. Összességében megállapítható, hogy a hungarikum élelmiszerek alkalmasak arra, hogy hathatósan hozzájáruljanak a sikeres lokalizációhoz, amelynek alapja az innováció, ami lehetővé teszi, hogy elegyítsük, illetve megfelelően kombináljuk a tradíciót a nívóval, javítva ezáltal a hungarikumok versenyelőseit helyi, országos és nemzetközi viszonylatban egyaránt.

**Abstract:** Food Hungaricums are traditional products that have historical past and due to their distinguished quality they represent added value. Despite their special characteristics the current market position is different from the desired situation. The results of questionnaire survey conducted among the students from the University of Szeged, reveals the inadequate awareness of Hungaricums. Students appreciate the distinctive characteristics of the Hungaricums, but they are price-sensitive, so they are less willing to pay a price premium. Depth interviews with food manufacturers producing Hungaricums in Szeged, have pointed out that they consider products become Hungaricums as an opportunity to improve their market situation. The overall conclusion is that the Hungaricum foods are suitable to effectively contribute to the successful localization, which is based on innovation, that allows to combine tradition with novel ideas, thus improving the competitiveness of Hungaricums at local, national and international level.

**Kulcsszavak:** globalizáció, lokalizáció, hungarikum, egyediség, érték, erőforrás, innováció

**Keywords:** globalization, localization, hungaricum, uniqueness, value, resource, innovation

### **1. Bevezetés**

Korunkban a globalizáció az életünk minden szférájára kiterjedő folyamatként jelenik meg. A globalizáció által fémjelzett társadalmi, gazdasági, kulturális és politikai változások egyre intenzívebben és mélyebben hatják át az egész világot, miközben olyan új körülményeket hoznak létre, amelyek jelentős kihívások elé állítják a lokalitásokat, a helyi közösségeket.

Az elmúlt években, évtizedekben hazánkban is számos helyi közösség ismerte fel különleges és értékes adottságait, s ért el figyelemreméltó sikereket fejlődése során. Értékeiket megtalálva, erőforrásaik újraértelmezésével és kihasználásával kialakították egyediségüket, ami által abszolút és komparatív előnyhöz, előnyökhöz jutottak, így ki tudtak tűnni és képesek voltak megkülönböztetni magukat a többi



településtől és térségtől. A kihívásokra adott válaszreakcióik során olyan értékajánlatot tudtak megfogalmazni és valós, működőképes tartalommal feltölteni, amely önállóbb társadalmi és gazdasági fejlődésüket segítette.

Megítélésünk szerint a hungarikum tanúsító védjegy alkalmas lehet arra, hogy kifejezze adott termékek/értékek szoros kötődését a helyhez, helyekhez, térségekhez (előállítás, keletkezés, létezés helyszíne), és az adott termékre/értékre vonatkozó speciális tulajdonságokat, ilyen módon e termékek és értékek egyediségét, megkülönböztetve azokat a konkurenciától. Ezáltal a hungarikumok hathatósan járulhatnak hozzá a sikeres lokalizáció folyamatához.

A címben szereplő szegedi, illetve szögedi (utalva a hagyományokra) élelmiszeripari hungarikumok, olyan Szegeden előállított hungarikum tanúsító védjeggyel rendelkező termékek, amelyek az agrár- és élelmiszergazdasági hungarikumok kategóriájába tartoznak; szerepük, jelentőségük ugyanakkor messze túlmutat Szegeden és vonzáskörzetén, a társadalom, a gazdaság és a környezet különböző területeit érintve. A vizsgálatba vont szegedi élelmiszeripari hungarikumok: a Szegedi fűszerpaprika-őrelemény, a Pick Téliszalámi és a szikvíz<sup>1</sup>.

A téma kutatásának aktualitását és szükségességét alapvetően a globális-lokális folyamatok szolgáltatják; ezzel összefüggésben, az utóbbi években a nemzeti értékek, köztük a hungarikumok azonosítása, rendszerezése és védelme kiemelt nemzeti ügyé vált. Ennek markáns megnyilvánulása a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról szóló 2012. évi XXX. törvény és annak gyakorlatba történő átültetése, továbbá a hungarikumokkal összefüggő pozitív attitűdök felerősödése. A témával való foglalkozás jelentőségét több, az elmúlt években napvilágot látott hungarikumokkal kapcsolatos vizsgálat és elemzés is alátámasztja.

Munkánkkal célunk, hogy hozzájáruljunk a hungarikumokról folyó diskurzushoz, új elemekkel, részletekkel egészítsük ki a témáról való ismereteket.

## 2. „Világok harca”: globalizáció vs. lokalizáció

A világgazdaságban lejátszódó folyamatok, a gazdaság modernizációja, később globalizációja együtt járt a termelés és a fogyasztás szétválásával (G. Fekete, 2013), ami a helyi társadalmak (ön)szerveződési lehetőségeit alapvetően formálta át. A globalizáció hatására az egyes térségek és települések sok esetben

<sup>1</sup> A szikvíz esetében fontosnak tartjuk kiemelni, hogy 2014. február 18-án nem egy konkrét előállítóhoz, illetve helyhez kötődő termék lett hungarikum, hanem maga a szikvíz. Így mindazon szikvízkészítők, akik megfelelnek a termékre és annak elkészítésére vonatkozó előírásoknak, használhatják a hungarikum megnevezést és termékükön feltüntethetik az ezt igazoló védjegyet.

Szegeden a szikvízkészítés évtizedek óta szorosan összekapcsolódik a Bánffi család nevével, s a család tulajdonában lévő Bánffi és Bánffi Kft. tevékenysége által, immáron a szikvíz mint hungarikum előállítása is összekapcsolódik Szegeddel.

Megjegyezzük, hogy a „Bánffi Szóda” néven forgalmazott szikvíz, önálló termékként 2014. július 7-e óta, agrár- és élelmiszergazdaság szakterületen, része a Csongrád Megyei Értéktárnak, ezáltal a nemzeti értékeknek is.

meglehetősen kiszolgáltatott helyzetbe kerülnek, ami fokozottan érzékelhető a vidéki térségekben, amelyek gazdasági ereje egyre csökken (Czene–Riczy, 2010). A globalizáció egyik tetten érhető következménye, hogy az adaptációs kényszer felismeréséből fakadóan felértékelődnek a helyi erőforrások és sajátosságok, az adott településre, térségre jellemző egyedi adottságok és értékek, amelyek megfelelő körülmények között aktivizálhatók, mobilizálhatók; ezzel együtt teret nyer a helyhez való kötődés, a lokalizmus (Camagni, 2008; Czene–Riczy, 2010; Farkas, 2002; Fehér, 2005; Illés, 2014; Káposzta, 2007; Kis, 2014; Kovács, 2012; Pakurár et al., 2012; Póla, 2014a).

A lokalizáció általánosságban mindenféle lokalitás (térség, régió, táj stb.), de elsősorban a települések felértékelődését jelenti, s a globalizáció negatív hatásai ellen irányuló folyamatként, törekvésként értelmezhető (Petrás, 2005). Ahogy arra Oostindie et al. (2008) is felhívják a figyelmet, a globalizáció előrehaladtával a lokalitás jelentősége egyre nő, miközben egyre több lehetőség nyílik a megkülönböztetésre és a helyi specifikumok kibontakoztatására, azaz a (re)lokalizációra. Christopher Ray kultúragazdaság koncepciója szerint az endogén fejlődés keretében az egyes lokalitásoknak lehetősége nyílik arra, hogy kulturális erőforrásaik (területi identitásuk) révén újraértékelődjenek, gazdaságukat átalakítsák, újraformálják, s ezáltal megtartsák (visszaszerezzék), (re)lokalizálják a gazdasági kontrollt, miközben a globális gazdaság részévé válnak (Ray, 2001). Ray felfogásában a kultúra helyi (lokális) tudásként jelenik meg, ami annak módját jelenti, hogy miként végzünk dolgokat, s hogyan értelmezzük a világot. Ennek alapján a kultúragazdaság olyan stratégiák összességeként értelmezhető, melyek a lokális tudás átalakításával új erőforrásokat hoznak létre és tesznek elérhetővé az adott térségben (Ray, 1998).

Az előbbieknél megfelelően a globalizáció egyaránt jelent veszélyt és lehetőséget a lokalitások számára, amelyek a lokalizáció, azaz a globalizáció fenyegette helyi kulturális értékek megőrzése és gazdasági kiaknázása révén elkerülhetik a periferalizációt (Csizse, 1999). A lokalizáció vagy a lokalitás újrafogalmazása (relokalizáció) azért szükséges, mivel ebben az esetben válik realitássá az egyes települések és térségek számára, hogy saját adottságaik, szempontjaik, kultúrájuk szerint határozzák meg stratégiáikat, melynek eredményeként növelhető a helyi gazdasági kontroll, nagyobb fokú önrendelkezést biztosítva részükre, és általa hatékonyabbá, sikeresebbé válhat a globális gazdasághoz való illeszkedés (Kis, 2014). A lokalizációval összefüggésben kiemелendő, hogy a „hely” kitüntetett szereppel bír, hiszen az egyes lokalitások különböznek, a maguk módján egyedülállóak. Ennek megfelelően az egyes helyek sajátos, egyedi adottságokkal, erőforrásokkal bírnak, amelyek eltérő lehetőségeket és korlátokat jelentenek a helyi közösségek és helyi gazdaságok számára jövőjük formálásában. Ezzel összefüggésben azonban lényeges, hogy az erőforrások, illetve azok különböző kombinációi milyen mértékben alkalmasak, vagy tehetők alkalmassá, a társadalmi igények kielégítésére. Ez ugyanis jelentős mértékben befolyásolja az erőforrások hasznosíthatóságát, hasznosítását, illetve a lokalitás teljesítőképességét és annak mértékét (Kis, 2013).

A lokalitás korábban zárt entitás volt, mára azonban a legfélreesebb helyek elszigeteltsége is megszűnik, miközben a helyi társadalom tudatára ébred annak, hogy lakóhelye elveszítette hagyományos, zárt egyediségét és önállóságát. Mivel a régi, elszigetelt lokalitást már nem lehet visszahozni, a korábbi status quo nem állítható vissza, a helyieknek nincs más választásuk, minthogy megtalálják és kiteljesítsék új, nyitott lokalitásuk egyediségét (Petrás, 2005). A lokalizáció tehát nem elszigetelődést, bezárkózást, hanem a lokalitás újrafelfedezését és kibontakoztatását jelenti egy, a korábbiaktól nagymértékben eltérő környezetben. Éppen ezért a lokalizáció sokkal inkább egy olyan innovatív endogén fejlődési folyamatként írható le, aminek fő jellemzője, hogy a globális trendekkel sok esetben ellentétes helyi törekvések a globalizáció kínálta lehetőségek kihasználása révén valósíthatók meg.

Hogy ez sikerül-e, az alapvetően az ott élőkön, a település, a térség társadalmán, illetve közösségén múlik. E tekintetben a lakosság összetartozása, együttműködése, kooperációra való képessége és az ebből fakadó társadalmi tőkéje (Kassai, 2012; Kis, 2012; Póla, 2014b), valamint az ezek mögött álló tényezők, mint a normák és értékek, meghatározó szereppel bírnak (Coleman, 1998; Fukuyama, 1997; Putnam, 1993). Ugyanakkor nem minden helyi társadalom jut el a helyi szerveződés legmagasabb szintjéig, amikor is az az adott település közösségeként képes megjeleníteni kialakult identitástudattal, megfelelően artikulált érdekekkel és érdekképviseléssel (Böhm, 2002). Ez azért is lényeges, mert minél integráltabb egy-egy település helyi társadalma, annál jobban működik a település, eredményesebb, sikeresebb a helyi társadalom (Bódi–Böhm, 2000). Ilyen szempontból felértékelődnek a lokális közösségek integrációs folyamatai, illetve az azt meghatározó tényezők és azok vizsgálata (Csurgó–Légmán, 2015). Böhm (1998) véleménye szerint a globalizáció negatív következményeit csak azok a közösségek képesek kivédeni, amelyek lokálisan szerveződve kultúra- és értékörzők. Ehhez kapcsolódóan Kulcsár (1998) a következőket írja: „Azok a vidéki közösségek, amelyek nem mutatják meg magukat, mint sajátos identitást képviselő csoportok, nincsenek közösségi kezdeményezések a gazdaság, a kultúra, az életmód, a környezetvédelem, a hagyományok stb. terén, hosszabb távon életképességüket veszítik el, és nem tudják betölteni a társadalmi funkciójukat”.

Ezen okból a helyi közösségi kezdeményezések létfontosságú szereppel bírnak. A globalizáció, illetve az abból levezethető külső körülményekhez való alkalmazkodási kényszer, olyan adaptív nyomásként, környezetből fakadó motivációként azonosítható, amely a változásokra fogékony helyi közösségeket innovatív válaszadásra készíteti. Az ilyen lokális entitások a globalizáció teremtette keretek között, saját érdekeik és értékeik mentén képesek fejlődni. A globalizáció ilyenformán a lokalitások közötti különbségeket juttatja érvényre.

Egy-egy település sikeressége szempontjából kulcsfontosságú a helybeliek azon felismerése, hogy az adott település miben egyedi, milyen sajátosságai vannak, s mi az, ami ebből profitábilissá tehető. Ennek beazonosításában a tradíciók ismeretének nélkülözhetetlen szerepe van, miközben elengedhetetlen az innovációkban rejlő lehetőségek észlelése is (Bódi–Böhm, 2000). Biró et al. (2014)

a globális kihívásokra adott lokális válaszok tekintetében az innováció fontosságára hívja fel a figyelmet, amelynek során az alulról jövő kezdeményezések és a komplex társadalmi megközelítés jutnak kiemelt szerephez. Az ilyen alulról jövő kezdeményezések, illetve a települési, lokális szinten megjelenő intelligens, innovatív válaszok megjelenésének, kialakulásának mikéntje és logikája sok esetben figyelemreméltó hasonlóságot mutat a komplex adaptív rendszerek által produkált külső környezeti változásokra adott reakciókkal, amelyeket főként az adaptációs kényszer táplál. Ezen folyamatok menedzselése, a tudatosság megteremtése, a képessé tétel, a releváns, minőségi kapcsolati hálók működtetése, a tanulási és kontroll folyamatok beépítése alapvető fontossággal bírnak (Nagy, 2015; Nagy–Gulyás, 2015). G. Fekete vizsgálataiból kiderül, hogy az innovációk keletkezésének egyik legfőbb motíváló tényezője a globalizációs kihívásokból adódó cselekvési kényszer felismerése. Az endogén fejlődés keretei között az innováció közösségi folyamat, ami lehetővé teszi a tradicionális kultúra beépülését, a kor igényei szerinti megjelenítését, adott esetben átdolgozását (G. Fekete, 2001). Az innovációk a korábbiaktól eltérő, azok megváltoztatásából, átalakításából következő jelenségek vagy objektumok, amelyek lehetnek tevékenységek, termékek, szervezetek, új emberi és közösségi viselkedési módok, ami által a lokalitások, a helyi közösségek magasabb szinten képesek tevékenységük végzésére, miközben működésük, funkcióik kibővülnek (Rechnitzer, 1994).

Az endogén fejlődés lokalizációra fókuszáló folyamata által az együttműködő és innovatív helyi közösségek, kultúrájuk, tradícióik, identitásuk révén olyan képességekre, „jogosultságokra” tesznek szert, ami által új erőforrásokat fedezhetnek fel, új megoldásokat alakíthatnak ki, amelyek segítségével kitágulnak a lokalizáció lehetőségei, reálissá válik a választás szabadsága, minek következtében javulnak az alkalmazkodás esélyei. A helyi közösségi és gazdasági kontroll növelése útján, nagyobb fokú önrendelkezést biztosítva a lokalitás számára, egyre több lehetőség adódik a megkülönböztetésre, valamint a helyi sajátosságok érvényre juttatására, ami által új pályára állítható, s dinamizálható a fejlődés.

### **3. A hungarikumok jellemzői, szerepe és jelentősége**

Bizton állíthatjuk, hogy hazánkban a hungarikum kifejezés széles körben ismert és az utóbbi évek történéseinek, törekvéseinek köszönhetően egyre ismertebbé válik. Jelentéstartalma azonban kevésbé ismert, illetve értelmezése meglehetősen sokszínű. Joggal vetődik fel a kérdés: mit tekintünk hungarikumnak, mit értünk a annak fogalma alatt. A köznapi értelemben vett hungarikumok azok a termékek, amelyeknek különleges minősége, hírneve vagy egyéb jellemzője lényegileg Magyarországhoz kötődik (Wikipédia, 2015). Ezzel együtt a hungarikumok alapvetően az élelmiszergazdasági termékekre terjednek ki, bár e tekintetben az elmúlt években elmozdulás figyelhető meg.

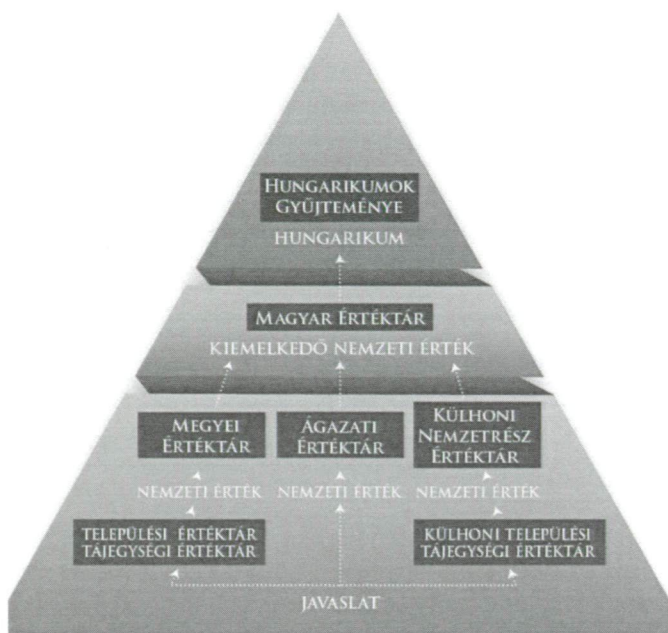
A hungarikum annyiban nem magyar jellegzetesség, hogy a legtöbb nemzet gyűjti az önazonosságát igazoló dolgokat, amelyeket patriotikumként tartanak nyilván. Ennek megfelelően az egyes népek, országok tekintetében különböző patriotikumokat említhetünk, például: polonikum, germanikum, italikum, frankofonikum, anglikum (Tóza–Zátori, 2013). Ezzel összefüggésben kijelenthető, hogy a helyi identitás kifejezésére és újraértelmezésére irányuló akciók mind fontosabbá válnak globalizált világunkban (Csurgó–Megyesi, 2015), miközben valamely patriotikummal, jelen esetben hungarikummal, rendelkező település vagy térség, de akár az egész ország lakóinak büszkeségét, kötődését növeli, erősíti identitását, ha ilyen értékeket magáénak tudhat. Ilyen megközelítésben a patriotikumok alkalmasak lehetnek arra, hogy a lokalitások, illetve az egyes nemzetek kifejezzék és erősítsék identitásukat.

A patriotikumok kapcsán Péli et al. (2015) megjegyzik, hogy kevés olyan ország van, ahol a hazaihoz hasonló, átfogó eredetvédelmi, illetve identitásmeghatározó törvényi háttér létezne. A hungarikum fogalmát a jelzett, 2012. évi XXX. törvény az alábbiak szerint határozza meg: olyan megkülönböztetésre, kiemelésre méltó érték, amely a magyarságra jellemző tulajdonságával, egyediségével, különlegességével és minőségével a magyarság csúcsteljesítménye, amelyet belföldön és külföldön egyaránt a magyarság eredményeként, kiemelt értékeként tartanak számon; védett természeti érték, kiváló nemzeti termék, amit a törvény értelmében a Hungarikum Bizottság hungarikummá minősít, és ami a törvény erejénél fogva hungarikumnak minősül (Magyar Közlöny, 2012).

A Hungarikum Bizottság 2012. október 18-án alakult meg és kezdte el a törvényben foglalt feladatainak ellátását. Ezek közé tartozik többek között a Magyar Értéktár és a Hungarikumok Gyűjteményének összeállítása. A törvény szerinti nemzeti értékek azonosítása, rendszerezése és védelme egy többlépcsős, alulról felfelé építkező rendszerben, az ún. Magyar Nemzeti Értékek Piramisában történik, amelynek sémáját az 1 ábra mutatja be.

A folyamat lényege, hogy hungarikummá csakis olyan kiemelkedő nemzeti érték nyilvánítható, amely előzőleg már felvételt nyert a Magyar Értéktárba. Kiemelkedő nemzeti értékkel olyan nemzeti érték válhat, amely a megyei értéktárba, a külhoni magyarok értéktárába vagy az ágazati értéktárba már bekerült. Nemzeti érték a megyei értéktárba kizárólag akkor kerülhet be, ha a települési vagy tájegységi értéktárba korábban már felvételt nyert (Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye, 2015b).

1. ábra: A Magyar Nemzeti Értékek Piramisa



## NEMZETI ÉRTÉKPIRAMIS

Forrás: Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye, 2015a

A magyar nemzeti értékek és a hungarikumok gondozásáról szóló 114/2013. (IV. 16.) Korm. rendelet értelmében a nemzeti értékeket a Magyar Értéktárban, valamint a Hungarikumok Gyűjteményében a következő szakterületenkénti kategóriák szerint kell azonosítani és rendszerezni: (1) agrár- és élelmiszergazdaság, (2) egészség és életmód, (3) épített környezet, (4) ipari és műszaki megoldások, (5) kulturális örökség, (6) sport, (7) természeti környezet, (8) turizmus és vendéglátás (Magyar Közlöny, 2013). Az előbbi kategóriáknak megfelelően az értékpiramisban szereplő értékek alapvetően tárgyokban öltenek testet, ezen belül is főként termékek tartoznak közéjük; de magába foglal emellett nem ember által létrehozott (pl. Hévízi-tó, Aggteleki karszt) és nem tárgyasult (pl. életművek, szokások) értékeket is. Vessünk egy pillantást a Magyar Értéktárban és a Hungarikumok gyűjteményében szereplő értékek szakterületenkénti megoszlására (1. táblázat)!

A Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye nyilvántartása szerint a kiemelkedő nemzeti értékek száma 127, míg a hungarikumoké 55. Az egyes kategóriák közötti megoszlást vizsgálva kitűnik az agrár- és élelmiszergazdasági terület jelenlegi meghatározó szerepe mindkét szinten, de főként a Magyar Értéktárban belül. Mindez összefüggésbe hozható a hungarikumok „hagyományosan” agrárius és termékorientált megközelítésével. A Hungarikum

törvény életbelépését követően azonban kitágultak a keretek, így várható, hogy a jövőben más területeken is bővülés, aránynövekedés lesz megfigyelhető.

**1. táblázat: A kiemelkedő nemzeti értékek és hungarikumok szakterületi megoszlása**

Megnevezés	Kiemelkedő nemzeti értékek (2015. október 13-i állapot)		Hungarikumok (2015. december 3-i állapot)	
	db	%	db	%
Agrár- és élelmiszergazdaság	76	59,8	20	36,4
Egészség és életmód	7	5,5	4	7,3
Épített környezet	2	1,6	–	–
Ipari és műszaki megoldások	8	6,3	3	5,5
Kulturális örökség	27	21,3	23	41,8
Sport	1	0,8	1	1,8
Természeti környezet	2	1,6	1	1,8
Turizmus és vendéglátás	4	3,1	3	5,5
<b>Összesen</b>	<b>127</b>	<b>100,0</b>	<b>55</b>	<b>100,0</b>

Forrás: Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye, 2015c,d

Felmerül a kérdés, hogy milyen érdekek fűződnek a hungarikumok, mint nemzeti értékek gyűjtéséhez, illetve milyen előnyök származhatnak abból, ha valami hungarikummá válik. A kérdésre a következő válasz adható: a hungarikumok (1) a nemzeti identitástudat meghatározó elemei, (2) országimázs formáló funkciójuk van és (3) jelentős gazdasági potenciál hordozói (Tózsá-Zátori, 2013). A hungarikumokkal összefüggésben tehát a nemzeti identitástudat létrehozása és megerősítése, valamint egy egységes magyarságkép kialakítása mellett a piaci, gazdasági jellegű érdekek, szempontok is megjelennek, amelyek egymást kiegészítve, erősítve szorosan összekapcsolódnak, elősegítve a hungarikumokban rejlő potenciálok kiaknázását.

A továbbiakban, vizsgálatunkkal összhangban, az élelmiszerek eredetvédelem általi megkülönböztetésének gazdasági szempontjaira fókuszálunk.

### **3.1. A hungarikum termékek megkülönböztetése: eredet, minőség, hagyomány**

A hungarikum törvény rendelkezik a hungarikum védjegy bevezetéséről, amelynek célja a Hungarikumok Gyűjteményében szereplő termékek, eljárások, készítési módok, sportelemek és szolgáltatások megismertetésének elősegítése, valamint színvonaluk és minőségük folyamatos fenntartása. A hungarikum tanúsító védjegy használatát a védjegyjogosult pályázati úton kiválasztott személyek, illetve szervezetek számára engedélyezi. A hungarikum tanúsító védjegy piaci bevezetése és népszerűsítése, valamint a hungarikum tanúsító védjegy szabályzatában foglalt követelmények teljesülésének az ellenőrzése az agrár-vidékfejlesztésért felelős miniszter feladata (Magyar Közlöny, 2012).



A hungarikum védjegy, mint egyfajta földrajzi árujelző hivatott garantálni az adott termék földrajzi eredetét és speciális tulajdonságait, azaz Magyarországhoz való kötődését és kiemelkedő minőségét, miközben a törvény erejénél fogva védelmet biztosít a névhasználattal kapcsolatos visszaélésekkel szemben és egyfajta többletértéket nyújt a hungarikumok számára. Az eredetvédett termékek megkülönböztetésének alapja a tömegtermékekhez képesti különlegesség és autentikusság (Török, 2013), ami a globalizálódó élelmiszertermelés és élelmiszerellátás keretei között úgy a hazai, mint a külföldi piacokon versenyelőnyt jelenthet.

Ezt igazolja, egy az OEM (Oltalom alatt álló eredetmegjelölés) és OFJ (Oltalom alatt álló földrajzi jelzés), uniós földrajzi árujelzőkkel kapcsolatos politikák értékelését összegző tanulmány is. A tanulmány szerint az eredetvédelmi rendszerben való termelői részvétel fő indokai a forgalmazáshoz, az elnevezés védelme révén növelhető vagy megtartható piaci részesedéshez, ezáltal a vállalkozás életképességének vagy nyereségességének megtartásához, illetve a fogyasztók felé küldött minőségbiztosítási jelzésekhez kapcsolódnak. A vizsgálat rámutat, hogy az eredetvédelem révén elérhető felár 5 és 300 százalék közötti, ugyanakkor a nagyobb költségek miatt ez nem feltétlenül jelent nagyobb hasznot. Mégis, a legtöbb esetben, a vizsgált termékek kétharmadánál, magasabb haszonkulcs (2-150%-kal) volt érvényesíthető, mint a referenciaként szolgáló termékek esetében (London Economics, 2008).

Török (2013) hazai szintű vizsgálatai szerint az OFJ földrajzi árujelzős pálinkát előállító pálinkafőzdek gazdasági fundamentumaikban és jövedelmezőségi szintjükben is jelentősen felülmúlják nem OFJ versenytársaikat; továbbá megállapítja, hogy kismértékű, de pozitív kapcsolat figyelhető meg az eredetvédelem és a vizsgált vállalkozások jövedelmezősége között. Az eredetvédelem hatásainak nemzetközi szinten való vizsgálata során azonban a közép-európai régió, köztük hazánk versenyképtelenségét mutatta ki, s megállapította, hogy a közép-európai eredetvédett párlatok és azok komparatív versenyelőnyei között nem mutatható ki az összefüggés (Török, 2013). Az előbbieket is alátámasztják, hogy egy-egy termék eredetvédelme önmagában nem garantálja sem a hazai, sem pedig a nemzetközi sikereket.

Minya (2007) a hungarikum meghatározásához a következő példamondatot írja: „Sikeres hungarikum akkor lesz egy termékből, ha jól körülhatárolhatóan magyar sajátosság, de abszolút mértékkel mérve is kiváló és stabilan kiváló minőségű, valamint megfelelő marketing eszközökkel azt is eléri, hogy közismertté majd közkedvelté váljon”. A szerző véleményünk szerint egy nagyon fontos dologra mutat rá, miszerint a marketing kiemelkedően fontos funkciót tölt be az értékkelé válás folyamatában. Ezzel egybevág Török (2013) véleménye is: a fogyasztók elérése egyértelműen kulcsszerepet játszik az eredetvédett élelmiszerek értékláncaiban is. Ezzel szinkronban, Pallóné Kisérdi (2003) a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek vonatkozásában, a versenyképesség fokozása érdekében alapvető fontosságúnak tartja a jól beazonosíthatóan csak rájuk jellemző különleges minőségű termékek ismertségének növelését. Panyor (2007a) szerint a különleges

termékek megkülönböztető minőségi jelzése, akkor lehet igazán eredményes, ha az megfelelő marketing menedzsmenttel párosul. A különleges minőségű, eredetvédett termékek kapcsán többen kiemelik a közösségi marketing jelentőségét (pl. Ferenc et al., 2009; Jasák et al., 2014; Pallóné Kisérdi, 2003; Panyor, 2007a; Szakály et al., 2014).

Nótári et al. (2005) rámutatnak arra, hogy hungarikum termékek vásárlásakor a fogyasztó nem pusztán terméket vesz, mivel azt bárhol kaphat, hanem ízelet, zamatot, tradíciót. Ennek ismerete azért lényeges, mert a globalizációban például az élelmiszerek ízei, megjelenési formái, összetevői, és egyéb tulajdonságai is „globalizálódnak”, azaz standardizálódnak, egységesülnek (Nábrádi, 2010), miközben felértékelődnek a tradicionális, egyedi és eredeti termékek, amelyek a tömegtermékekkel szemben versenyelőnnyel rendelkeznek, ami kedvez a lokalizációnak. Polereczki et al. (2010) ezt a folyamatot a globális szinten megmutatkozó tendenciák egyik ellentrendjeként írja le, amelynek során egyre többen fordulnak az autentikus forrásból származó élelmiszerek fogyasztása felé.

Péli et al., 2015 szerint a hungarikum termékek mindamelllett, hogy származásuknál fogva speciális jellemzőkkel bírnak, és magas minőséget hordoznak magukban, alapvetően determinálják a nemzeti identitást. Baumann (2009) szerint a hungarikumok esetében az egyediség mentén történő identitásképzés fontos cél, ugyanakkor hangsúlyosan jelenik meg a külföld felé mutatott magyarságkép is. Szabó (2012) úgy véli, hogy a hungarikumok egyértelműen alkalmasak a nemzeti identitás megerősítésére, mivel a nemzeti szimbólumokkal való azonosulást a kognitív mechanizmusok segítségével teszik belsővé, az értékek világába emelve mindazt, ami az egyént a múltjában és jelenében megérinti.

A hungarikumok, azon belül az élelmiszerek jelentőségét nyilvánvalóan nem lehet kifejezni a Magyar Értéktárban és a Hungarikumok gyűjteményében szereplő számadatokkal. A hungarikumok kategóriái is kifejezik ezen értékek sokrétű és sokirányú kapcsolódását a társadalmi és gazdasági folyamatokkal. Nem túlzás azt állítani, hogy a hungarikumok, köztük az élelmiszerek, a különböző területi szintek – helyitől az országos szintig – fejlődésének fontos tényezői lehetnek. Ilyenformán a lokalizáció alapjait jelenthetik.

A hungarikumok, mint megkülönböztetett minőséggel rendelkező földrajzi árujelzős termékek, fontos eszközt jelentenek a vidékfejlesztéshez és a vidék fenntarthatóságának biztosításához, mivel lehetővé teszik a mezőgazdasági termelés diverzifikálását, a hátrányos helyzetű térségek termékeinek népszerűsítését, a termelők jövedelmének növelését, továbbá a fogyasztók elvárásainak figyelembe vételét, akik a mennyiséggel szemben előnyben részesítik a minőséget. Az eredetvédelmi rendszer révén a hozzáadott érték a térségben marad, növeli a helyi fogyasztást is (helyi bemutatók, gasztronómiai fesztiválok, turisztikai rendezvények), lehetőséget nyújt a helyi vállalkozások beindításához, miközben munkahelyeket teremt vagy őriz meg, hozzájárulva mindezzel a vidéki térségek népességmegtartó képességének javulásához (Panyor, 2007b).

Kijelenthető, hogy a hungarikumok és a turizmus nagyon sok szálal kötődik egymáshoz. A turizmusban a hungarikumok olyan különleges és autentikus értéket képviselnek, amelyre alapozva egyedi turisztikai termékek alakíthatóak ki (Tózsza–Zátori, 2013). A hungarikumok hozzájárulnak a turizmus fejlesztéséhez, melynek szerves része nemcsak a turisztikai infrastruktúra megteremtése, hanem a természeti tájak, az ott élő népesség kultúrájának és a művi környezet értékeinek megőrzése és fejlesztése is (Pakurár et al., 2010). Makó esetében például a „Makói hagyma”, ami 2009 óta áll uniós eredetvédelem alatt és 2014 óta hungarikum, egyértelműen köthető a város nevéhez, annak történelméhez, ami mára a település imázsának meghatározó elemévé vált; a köré szervezett rendezvények, kulturális programok és alkotások sokasága pezsdíti fel az életet, nagymértékben hozzájárulva a turizmus élénkítéséhez, alapot teremtve a különböző tevékenységek összekapcsolódásához (Gál, 2008). Káposzta et al. (2015) a pálinka mint hungarikum területi jelentőségének vizsgálata kapcsán az alábbi közvetlen és közvetett térségi hatásokat mutatták ki: (1) a helyi adóbevételek növekedése, (2) hozzájárulás a munkahelyteremtéshez és -megtartáshoz, (3) a helyi alapanyag beszállítás biztosabb értékesítést teremt, (4) alternatív jövedelmi és diverzifikációs lehetőség a helyi gazdálkodóknak, (5) a helyi vendéglátás és turizmus fejlődése, (6) a hungarikum mint védjegy hozzájárul a térség ismertségéhez, (7) a többi helyi termékre gyakorolt hatás.

Az előbbieket is alátámasztják, hogy a hungarikumok jól beilleszthetők az endogén fejlődés folyamatába, amely köré a társadalom a termelési folyamatait szervezi és alakítja, így a lokalizáció alapját képezhetik. A hungarikumok hasznosításának módját és sikerességét azonban nagymértékben befolyásolják a lokalitás, a térség, illetve az ország társadalmi és gazdasági struktúrái és azok fejlettsége. Ezek a struktúrák egymásra épülve, kapcsolódva és együttműködve alkotják azokat a kereteket, amelyek közt a lokalizáció megvalósulhat. Az így kialakuló szinergia eredményeként új struktúrák jönnek létre, új mechanizmusok indulnak be, amelyek a helyi társadalmi-gazdasági folyamatokra gyakorolt kedvező hatásuk révén az életminőség javulását eredményezik.

### ***3.2. A szegedi élelmiszeripari hungarikumok rövid bemutatása***

A következőkben röviden bemutatjuk a vizsgálatunk által érintett Szegeden előállított élelmiszeripari hungarikumokat, támaszkodva a Magyar Értéktárban és a Hungarikumok Gyűjteményében szereplő információkra. A bemutatást az egyes termékek hungarikummá nyilvánításának sorrendjében tesszük meg.

#### ***Szikvíz***

A szikvizet 2014. február 18-án nyilvánították hungarikummá. A szikvíz olyan szén-dioxiddal dúsított ivóvíz, amelyet zárt rendszerű technológiával nagy nyomással palackoznak. Szikvíznek (szódavíznek) csak olyan terméket szabad nevezni, amely szifonfejes üveg/műanyag palackba, vagy szifonfejes felvezető szárral ellátott szikvizes rozsdamentes acélballonba van töltve. Magyarországon a különlegességnek számító szénsavas szódavizet, orvosok biztatására, mint természetes tartósítószer alapú üdítő és frissítő folyadékot Jedlik Ányos, a természetbúvár

bencés szerzetes készítette először 1826-ban, és az első szikvízgyártó üzemet is ő hozta létre 1841-ben Pest-Budán. A polgárosodó társadalom éttermeiben, kocsmáiban, cukrászataiban hamarosan elterjedt a szódavíz. A tiszta bor helyett az üdítő hosszúlépés, a kisfröccs, a nagyfröccs, az édes cukrászsütemények mellé a szódavíz volt a legjobb szomjoltó. A 19. század végén, még a millenniumi ünnepségek pompájában is helyt kapott a szódavíz, mint a kor újdonsága. A szikvíz helyhez nem köthető, Magyarországon elterjedt, országos jelentőségű ismert termék. Viseli a HÍR (Hagyományok-Ízek-Régiók) és a Garantáltan Hagyományos és Különleges Termék védjegyet. A szikvíz, közkeletű nevén a szódavíz közel 200 éves találmány. Azóta is magyar alapanyagokból, magyar fejlesztésű és gyártású gépekkel palackozzák a szódavízet, amihez hazai készítésű üvegeket, palackokat és szifonfejeket használnak a termelés során a szikvízgyártók. Megközelítőleg 1 000 magyar tulajdonban lévő üzemben készítik a szódát (ezek közt a Bánffi és Bánffi Kft.-ben, Szegeden), ami a háttérparral együtt körülbelül 10 000 magyar munkavállalónak ad munkát. A termék létjogosultságát támasztja alá, hogy lassan két évszázada népszerű a fogyasztók körében, akár frissítő italként, szörpként, védőitalként, akár a fröccs számos fajtájaként fogyasztják. Elmondható, hogy a szikvíznek Magyarország az őshazája, és mai napig fellelővára, „egy magyar kultuszital” (Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye, 2015e).

### **PICK Téliszalámi**

A PICK Téliszalámit 2014. április 15-én nyilvánították hungarikummá. A PICK Téliszalámi évszázados hagyományon alapuló, sertéshús és sertésszalonna felhasználásával, titkos fűszerezéssel, bélbe töltve, hideg füstöléssel, szárításos érleléssel készült, nemespenész-bevonatú termék. A PICK Téliszalámi a Pick Márk által kifejlesztett és azóta is titokban őrzött egyedi recept alapján készül, melynek folyamatát a Titok egyedüli ismerője, a Szalámimester felügyeli. Az egyedülálló ízvilág megteremtéséhez a szaktudás mellett elengedhetetlen a közeli Tisza folyó állandó hűvös levegője és Szeged kedvező mikroklímája, amelyek jótékonyan segítik az érlelés kényes folyamatát. Amikor tradicionális magyar márkákról beszélünk, sokaknak automatikusan a PICK jut eszébe. Talán nem meglepő, hiszen a nagymúltú cég csaknem másfél évszázados, ezzel Magyarország legrégebbi húsipari márkája. A PICK rendelkezik mindazzal, ami a tradicionális márkák egyik legnagyobb előnye, hogy háttérben hiteles és valós történet, személyek állnak és ezt az emberek szeretik, hiszen emocionálisan megérinti őket. A PICK Téliszalámiról tudjuk, hogyan keletkezett, ki és hogyan gyártja, milyen értékek, víziók kapcsolódnak hozzá és ez az, ami megkülönbözteti a többi terméktől. Az eredetiség napjaink legmeghatározóbb értéke. Megbízható tájékoztató pontot jelent a mindennapok útvesztőiben, hiszen csak az eredetitől várhatjuk el a megszokott minőséget. 2007-ben a Pick szalámi volt az első magyar élelmiszeripari termék, amely oltalom alá került az Európai Unióban. A PICK Téliszalámi az egyetlen magyar élelmiszermárka, illetve a PICK Téliszalámi az a termék, melynek kimutatható jelenléte van a nyugat-európai és ázsiai élelmiszer kiskereskedelemben. Németországban, a cég legnagyobb exportpiacán pedig a legerősebb külföldi szalámi márka. Kutatási eredmények is alátámasztják, hogy a Pick Szeged Zrt. piacvezető a magyar húsiparban, a PICK márkanév pedig a legismertebb húsipari márkanév hazánkban. A PICK cég vezérterméke a PICK Téliszalámi (Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye, 2015f).

### **Szegedi fűszerpaprika-örlemény**

A Szegedi fűszerpaprika-örleményt 2015. február 6-án nyilvánították hungarikummá. A „Szegedi fűszerpaprika-örlemény” vagy „Szegedi paprika” a Szegedi tájkörzetben megtermelt, államilag elismert fajtájú vetőmagból származó fűszerpaprika növény (*Capsicum annum* L. var. *Longum* DC) megszáritott termésének megőrlésével készül. Az örlemény jellemző ízét, aromáját és színét a Szegedi tájkörzetben nemesített és termelt fűszerpaprika növény édes (csípősségmentes) és csípős fajtáinak, valamint az alapanyag feldolgozása során, a tájkörzet fűszerpaprika feldolgozási hagyományait és sajátosságait alkalmazó technológia és minőségbiztosítási rendszereknek és a földrajzi környezet sajátosságainak köszönheti. A

„Szegedi fűszerpaprika-örlemény” vagy „Szegedi paprika” előállításának minden egyes fázisa a vetéstől a csomagolásig a Szegedi tájkörzetben történik. Szeged környékén feltehetőleg a szegedi-alsóvárosi ferencesek kezdték el termesztetni a paprikát, majd innen terjedt el a szegedi tanyavilágban. Szeged környéke, a Tisza folyó völgye, különösen alkalmas a paprika termesztésére: a magas napfényes órák száma, a talajadottságok, a szegediek termesztési tapasztalatai és kísérletező kedve mind hozzájárultak a paprika sikeréhez, formálták a szegedi paprika színét, ízét és aromáját. A „Szegedi paprika” a magyar konyha alapvető fűszere. Szegedi fűszerpaprika-örleménnyel készül a szegedi halászlé, a különféle pörköltök, paprikások és gulyások. A húsfeldolgozó ipar jelentős mennyiségben használja a paprikát magyaros szárazárukban, szalámiban és kolbászfélékben, különböző fűszerkeverékekben. A Szegedi paprika jellemző ízét, aromáját és színét a szegedi tájkörzetben nemesített és termelt fajtáknak, a földrajzi környezet sajátosságainak és a 200 éves termelési és feldolgozási hagyományoknak, tapasztalatoknak köszönheti. Ma a Szegedi tájkörzetben körülbelül 5–600 hektáron termelnek évente fűszerpaprika-örlemény alapanyagot. Ennek a területnek a felét 1 hektár alatti termőterületek adják. 2010. november 3-a óta a „Szegedi fűszerpaprika-örlemény” és a „Szegedi paprika” elnevezések uniós oltalom alatt álló eredetmegjelölések (Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye, 2015g).

Felmérések utalnak arra, hogy az általunk vizsgált három élelmiszeripari hungarikum, a szikvíz, azaz a szódavíz, a Pick téliszalámi és a Szegedi paprika közül az utóbbi kettő, jól ismert hungarikumok. Péli et al. (2015) hazai felsőoktatási intézményekben tanuló magyar és külföldi diákok körében végzett felmérései alapján elmondható, hogy a Pick szalámi és a Szegedi paprika előkelő helyet foglal el a 14 legnépszerűbb hungarikum között, miközben a szikvíz nem került fel erre a listára. Jasák et al. (2014) a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek ismertségét vizsgáló országos reprezentatív felméréséből kiderül, hogy a spontán említések gyakoriságát tekintve a Pick szalámi és a Szegedi paprika egyértelműen a legismertebbek. A 12 nevesített termék, illetve termékcsoport között itt sem kapott helyet a szikvíz annak ellenére, hogy hungarikum termékről van szó. A támogatott ismeret vizsgálata során kapott eredmények tükrében a Szegedhez bizonyosan köthető élelmiszerek, a Szegedi paprika és a Pick szalámi ismertsége újfent egyértelmű, miközben a szikvíz a 14. legismertebb termékként jelent meg.

#### **4. A kutatás célja és módszere**

Kutatásunk alapvető célja volt, hogy képet kapjunk a vizsgált Szegeden előállított élelmiszeripari hungarikumok helyzetéről és lehetőségeiről. Ennek érdekében kvalitatív és kvantitatív kutatási módszereket alkalmaztunk. A vizsgálatokat 2014 szeptembere és októbere folyamán végeztük.

Szakértői mélyinterjút készítettünk a három szegedi hungarikum terméket előállító cég vezetőjével, illetve munkatársával. Az interjút adók között volt a hazai húsipar egyik piacvezető cégének, a Pick Szeged Zrt.-nek a marketing igazgatója, Madarász László; a Szegedi Paprika Zrt. kontrollere, Nagy Erzsébet; valamint a Bánffi szódát készítő Bánffi és Bánffi Kft. ügyvezetője, Bánffi István. Vizsgálatunkat a közvetlen érintettekén túlra is kiterjesztettük. Ennek során mélyinterjút készítettünk a Palma Reklám Stúdió igazgatójával, Elekes Zoltánnal,

aki a szegedi Hungarikum Fesztivál igazgatója is; a hazai termékek külföldi piacokon való megjelenését segítő Mac-Line Hungary Kft. szervezőjével, Cseh Richárddal és a szegedi Rózsa Dél-alföldi Hungarikum Klaszter menedzsment szervezetének munkatársával, Horváth Zsolttal. A mélyinterjúk alkalmával információkat kívántunk gyűjteni arról, hogy az interjúalanyok hogyan látják a hungarikumok, főként a szegedi élelmiszeripari hungarikumok helyzetét és az azokban rejlő lehetőségeket.

A fogyasztói oldal véleményének megismerését leszűkítettük a Szegedi Tudományegyetemen tanuló magyar diákokra. A Szegeden tanuló egyetemi hallgatók körében végzett kérdőíves felmérés keretében kívántunk adatokat gyűjteni a hungarikum termékekre vonatkozó ismeretekről, fogyasztói attitűdökről és vásárlási szokásokról. A felmérésben kizárólag egyetemisták vettek részt, akik a Szegedi Tudományegyetem Állam- és Jogtudományi, Általános Orvostudományi, Bölcsészettudományi, Gazdaságtudományi, Gyógyszerésztudományi, Juhász Gyula Pedagógusképző, Mérnöki, valamint a Természettudományi és Informatikai Karának hallgatói voltak. A kutatás során 365 kérdőív került kitöltésre. Abból fakadóan, hogy a megkérdezettek felsőoktatásban tanulók voltak, 95%-uk életkora 19 és 24 év közötti, valamint legmagasabb iskolai végzettségük az érettségi.

## 5. A kutatási eredmények és értékelésük

A fejezetben bemutatásra kerülő eredmények a szakértői mélyinterjúk közben megismert információk és a kérdőíves felmérés során gyűjtött adatok köré szerveződnek. Jelen írás a kutatás eredményeinek rövidített közlését tartalmazza.

### 5.1. A szakértői interjúk tapasztalatai

A vizsgált három vállalat közül jelenleg a Pick Szeged Zrt. rendelkezik saját ágazatán belül a legnagyobb piaci részesedéssel, mely az érlelt szalámik piacán 80%-ot jelent. Ez arra utal, hogy termékeik jól ismertek, keresettek és nagyobb potenciál van a külföldi piacokra való terjeszkedésben, mint a hazai piac bővítésében. A Szegedi Paprika Zrt. a fűszerpaprika üzletágban 30%-os részesedéssel bír, azonban sajnálatos módon a fűszerpaprika ágazat hanyatlik és ma már a cég számára nagyobb bevételi forrást jelent az általuk gyártott konzerv termékek forgalmazása. A három vállalat közül a Bánffi és Bánffi Kft.-nek van a legszűkebb piaca, mivel a szikvizet alacsony áron lehet értékesíteni, ezért magas szállítási költséget nem bír el, így számukra a helyi, tehát Szeged és környékének piacai kínálnak reális értékesítési lehetőséget.

Kivétel nélkül, minden interjúban elhangzott, hogy a vásárlási szokások megváltozása jelentős mértékben kihat a vállalatok piaci helyzetének alakulására. Az utóbbi évtized legjelentősebb hatású történései között kiemelték hazánk 2004-es EU-s csatlakozását, illetve a gazdasági válság 2008-tól datálható begyűrűzését, és ennek nyomán a fogyasztás szerkezeti és mennyiségi változásait. Előtérbe kerültek

az olcsóbb termékek, az ár meghatározóvá vált. Ennek okán sokan csak akkor vásárolják meg a magasabb árfekvésű hungarikum termékeket, ha reprezentálniuk kell, például ha vendég érkezik, vagy éppen vendégségbe mennek. A kereslet csökkenéséhez, nem csak az ár, de a főzési, táplálkozási szokások változása is hozzájárul. Napjainkban egyre több gyorsétterem nyílik, és az embereket sokszor arra ösztönzik, hogy ismerjék meg más nemzetek, országok gasztronómiáját, gyengítve ezzel a magyar, illetve hungarikum termékek pozícióit. 20 évvel ezelőtt például az egy főre jutó éves fűszerpaprika fogyasztás mintegy 50 dkg/fő volt, ami mára kb. a felére csökkent, miközben az EU-csatlakozást követően a fűszerpaprika export felére „olvadt”, s az import háromszorosára „dagadt”. Ezzel együtt a termőterület, amelyen fűszerpaprika-őrlemény alapanyagot állítanak elő 8–10 ezer ha-ról 1 200–1 500 ha-ra csökkent, ebből a 88 települést magában foglaló Szegedi tájörzetben 500–600 hektár található. Ma már a legtöbb húsipari cég külföldről szerzi be a szükséges fűszerpaprikát, mivel szállítási költséggel együtt is kedvezőbb áron vásárolhatják meg például a spanyol paprikát. Az Európai Unióhoz való csatlakozással a Bánffyi szóda esetében is forgalomcsökkenés volt tapasztalható. A 2003-ban még 2,5 millió liter éves termelés 2004-ben 2 millió literre csökkent. Az áruk szabad áramlásával együtt jelentősen megváltoztak a fogyasztási szokások, teret nyertek a szupermarketek, új versenytársak jelentek meg (elsősorban az ásványvizek), amelyek egyre inkább kiszorították a szódát a piacról (Pallóné Kisérdi, 2010). Ennek egyik markáns megjelenése, hogy 2000-ben az ásványvízfogyasztás megegyezett a szódáéval, ami tíz év leforgása alatt két és félszeresére nőtt, a szódafogyasztás pedig felére csökkent (ennek okairól lásd például Zsótér és Balog (2015) vizsgálatát).

A megkérdezett cégek mindegyike számos helyi és az ország más pontján megszervezett rendezvényen, fesztiválon is részt vesz. A legtöbbet emlegetett fesztiválok között szerepelt a Szegedi Hungarikum Fesztivál, Kincs Tér, Szegedicum Kiállítás, Foodapest, Szabadkai Expo és a Nemzetközi Tiszai Halfesztivál. A Szegedi Hungarikum Fesztivállal kapcsolatban elmondható, hogy folyamatosan nő az érdeklődés a fesztivál és a minőségi termékek iránt. A becslt adatok alapján a 2008-as első fesztiválon kicsivel több, mint 40 kiállító és 15 ezer látogató volt, ezek az értékek a hetedik fesztiválra megduplázódtak, 2014-ben több mint 100 kiállító és több mint 40 ezer látogató volt jelen. Ez is azt példázza, hogy a hungarikumokra különböző turisztikai termékek alakíthatók ki, így növelve a térségi hatást. Sajnos csak minimális állami támogatás áll rendelkezésre a fesztivál megszervezésére, így a költségek nagy része a szervezőkre és a kiállítókra hárul. A növekvő termelői részvétel azonban arra utal, hogy a hungarikum termékeket előállítók látnak lehetőséget a fesztiválon való részvételben, illetve kifizetődőnek tartják ottlétüket. A rendezvények, fesztiválok nem csak a termékek fogyasztók körében történő népszerűsítésének jó eszközei, hanem üzleti kapcsolatok kialakulásának is fontos színterei.

Lényeges, főként a külföldi, de a hazai kiállításokon és vásárokon is van relevanciája az összefogásnak, a közös részvételnek. Ezáltal nemcsak a költségek csökkenthetők felére, harmadára, de a több és változatos vonzerő nagyobb számú



érdeklődőt vonzhat, ami jobb promóciós és üzletkötési lehetőséget generálhat. Általában egy kiállítás alkalmával többnyire csak kapcsolatfelvétel születik, eredmények később várhatóak. Ha a kiállítónak 3–4 kapcsolatot sikerül kialakítania külföldi vállalkozókkal a megjelenés sikeresnek mondható. Az interjúkon elhangzott információk alapján határozottan állítható, hogy az élelmiszeripari termékek bemutatásánál és népszerűsítésénél az egyik leghatásosabb alkalmas marketingeszköz a kóstoltatás. A kóstoltatás alkalmával az érdeklődőknek lehetőségük nyílik arra, hogy megismerjék a termékek ízvilágát, továbbá közvetlenebb kapcsolat alakulhat ki a fogyasztók és a gyártók között, így az emberek bátrabban vásárolják meg a termékeket.

A megkérdezettek véleménye alapján a hungarikumok helyzetének előmozdításában nagy szerepe lehet a hungarikum védjegy terméken való szerepeltetésének. (Vizsgálatunk ideje alatt ezt még nem teheték meg, mivel a védjegy szabadalmaztatása nem fejeződött be.) A megkérdezettek szerint a magyar emberek számára nem ismeretlen a hungarikum kifejezés, s legtöbben tudják, hogy e termékek mögött régi hagyomány és kiváló minőség rejtőzik. Azonban ha a hungarikum védjegyet a termékeken is megtalálnák egyértelműbbé válna számukra, melyek azok, amelyeket nyugodt szívvel megvásárolhatnak, biztosan megfelelő minőséget kapnak. Külföldön más a helyzet, hiszen számukra ismeretlen a hungarikum, mint eredetvédelmi megkülönböztető jelzés. Ezért az előállítóknak össze kell fogniuk, és a hungarikum termékek kiválóságát kell kommunikálniuk, mivel külföldön csak azok a termékek tudnak sikeresek lenni, amelyek erősen meg vannak különböztetve a többitől és azokhoz képest többletértéket képesek nyújtani a fogyasztóknak. A magyar termékek külföldi piaci potenciálját bizonyítja az is, hogy számos ország forgalmaz magyar szalámit a külpiacokon, amelyek nem magyar eredetűek, mégis ilyen néven kerülnek forgalomba és sikeresen értékesítik azokat Olaszországban, Szlovákiában, Horvátországban és Romániában működő vállalkozások Európa több országában. Tulajdonképpen e kategóriákból kellene kitűnni és erre lenne alkalmas a hungarikum címnek a felhasználása. A legtöbb vállalkozás különböző marketing eszközökkel törekszik a speciális terméktulajdonságok hangsúlyozására, azonban ma már szükség lenne a vállalati marketingtevékenységen túllépni és egy aktívabb közösségi marketinget kialakítani. Ha erősödne a kooperáció mind a gyártók, mind pedig az állam (pl. Agrármarketing Centrum) és a gyártók között, hatásos közösségi marketing alkalmazásával nagyobb sikereket érhetnének el belföldön és külföldön egyaránt. A hazai piacok megtartása, bővítése talán egyszerűbb feladat, mint a külföldi piacok szerzése, mivel a gyártók jobban tudnak támaszkodni a magyar emberek identitására, azonban kiváló minőségével, eredetiségével a hungarikumok jelentős részesedést szerezhetnek az országhatáron túli piacokon is.

## 5.2. A kérdőíves felmérés eredményei

A hungarikumok ismertségének vizsgálata során arra kértük a megkérdezetteket, hogy soroljanak fel általuk ismert élelmiszeripari hungarikumokat. A 2. táblázat a legtöbbet említett 10 terméket nevesíti.

2. táblázat: A 10 leggyakrabban említett élelmiszeripari hungarikum

Rangsor	Hungarikum megnevezése	Fő	%
1	Pick téliszalámi	175	47,9
2	Szegedi fűszerpaprika	131	35,9
3	Pálinka	103	28,2
4	Makói hagyma	77	21,1
5	Túró Rudi	45	12,3
6	Csabai és a Gyulai kolbász	37	10,1
7	Kalocsai fűszerpaprika	36	9,9
8	Unicum; Erős Pista	23	6,3
9	Tokaji aszú	20	5,5
10	Halászlé	12	3,3

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján

A spontán említési gyakoriság alapján rögtön szembetűnik két szegedi hungarikum, a Pick téliszalámi és a Szegedi paprika hungarikumként való ismertségének magas szintje. (Ehhez hozzá kell tennünk, hogy a felmérés idején a Szegedi fűszerpaprika-örlemény még nem rendelkezett hungarikum besorolással.) A téliszalámit a válaszadók csaknem fele, a fűszerpaprikát mintegy harmada ismeri hungarikumként. Talán ez nem meglepő, hiszen egyrésről országosan ismert termékekről van szó, másrészt e termékek, „szegedikumok” Szegedhez való kötődése is egyértelmű, így a hely szelleme is nagy valószínűséggel befolyásolta az említési gyakoriságot.

A leggyakrabban említett termékek közül nem rendelkezik hungarikum besorolással a Túró Rudi és az Erős Pista, de a vizsgálat idején nem volt hungarikum az Unicum és a halászlé sem, mindkettő 2015-ben nyerte el a címet. Ehhez kapcsolódóan meg kell említeni, hogy a szegediek szomorúságára nem a Szegedi hanem a Bajai halászlé került be a Hungarikum Gyűjteménybe, miközben a válaszadók nagy valószínűséggel a Szegedi halászlére gondoltak, de ezt nem pontosították válaszaikban. Értékelve a válaszokat, kiderül, hogy a hungarikumok ismertsége nem nevezhető teljesnek és kiforrottnak. Éppen ezért hatékonyabb kommunikációra, a hungarikumok megkülönböztető tulajdonságaival, a hungarikum védjegy megismertetésével, illetve a hungarikumok jelentőségével kapcsolatos kiterjedt akciókra van szükség.

Kíváncsiak voltunk arra, hogy a diákok számára vásárlásaik alkalmával mennyire fontosak a hungarikumok olyan tulajdonságai, mint az összetevők, alapanyagok, az íz, a hagyomány, a minőség, a csomagolás, a védjegy és az ár. Az előbbi tényezőket egytől ötig értékelhették, ahol az egy az „egyáltalán nem fontos”, az öt pedig a „nagyon fontos” kategóriát jelentette. A 3. táblázat szemlélteti a kapott eredményeket, ahol a kiemelt számok a leggyakoribb említéseket jelölik.

**3. táblázat: Az élelmiszeripari hungarikumok tulajdonságainak fontossága az említések tükrében**

Megnevezés	1	2	3	4	5
<b>Összetevők, alapanyag</b>	10	20	93	105	<b>136</b>
<b>Íz</b>	0	2	7	56	<b>299</b>
<b>Hagyomány</b>	40	67	<b>107</b>	89	61
<b>Minőség</b>	1	1	18	91	<b>253</b>
<b>Csomagolás</b>	46	107	<b>141</b>	49	21
<b>Védjegy</b>	44	88	<b>130</b>	62	40
<b>Ár</b>	9	6	60	113	<b>176</b>

Forrás: Saját szerkesztés kérdőíves felmérés alapján

A vizsgált terméktulajdonságok fontossági sorrendje az említések gyakorisága alapján (súlyozott átlag) a következőképpen alakul: íz (4,78), minőség (4,63), ár (4,21), összetevők, alapanyag (3,92), hagyomány (3,17), védjegy (2,91), csomagolás (2,70). Az előbbieket rámutatnak arra, hogy az élelmiszer hungarikum meghatározó tulajdonsága az egyedi ízvilág, és a minőség, amiért a fogyasztók esetenként többet is hajlandóak fizetni. Ennek vizsgálata azért fontos, mert a válaszokból is kiderül, hogy az ár meghatározó szempont a hungarikumok vásárlásánál (is), ami utal a fogyasztók árérzékenységére.

A vásárlók többletfizetési hajlandósága kulcskérdés az élelmiszer hungarikumok esetében, hiszen ezen termékek piaci lehetőségeit alapvetően meghatározza, hogy a magasabb hozzáadott értékből, illetve a megkülönböztetett minőségből adódó többletértéket a fogyasztók hajlandók-e megfizetni, illetve hogy mennyivel hajlandók többet fizetni a tömegtermékekhez képest. A többletfizetési hajlandóság vizsgálata alapján elmondható, hogy a megkérdezett egyetemi hallgatók 95 százaléka hajlandó felárat fizetni a hungarikumokért. Az árpriumot megfizetni hajlandó hallgatók 41,3%-a kevesebb, mint 5%-kal, 48,0 százaléka 5–10% közötti, 9,7%-a 10–20% közötti, 0,9%-a pedig 20%-nál is többet fizetne az élelmiszer hungarikumokért. Az eredményekből kiderül, hogy a hallgatók mintegy 90%-a 10 százaléknál alacsonyabb árpriumot hajlandó megfizetni a hungarikum élelmiszerekért, ami viszonylag alacsony többletfizetési hajlandóságot jelent.

## 5. Következtetések és javaslatok

A vizsgálatba vont hungarikumokat előállító vállalkozások mindegyike, profiljuktól, méretüktől, működési körüktől és piaci részesedésüktől függetlenül, ki van téve a globális folyamatoknak, ami a piaci verseny fokozódását eredményezte. A világegységesülés folyamatában a globális élelmiszer szupersztrádán szabadon áramló termékek, a fogyasztási szokások globális tendenciákhoz igazodó változása a standardizált tömegtermékek elterjedését okozta világszerte, ami hazánkat sem kerülte el. Ezt érzékelve a vállalkozások saját megoldásokat keresve próbálnak helyzetükön javítani, több-kevesebb sikerrel.

Alkalmazkodásuk, piaci helyzetük javításának lehetőségeként tekintenek produktumaik hungarikummá válására. E tekintetben a hungarikum védjegy termékeken történő szerepeltetése, valamint az ehhez kapcsolódó hagyományok, eredet és kiválóság kommunikálása megkülönböztetett jelentőséggel bírnak. A különféle tematikus fesztiválok, kiállítások és vásárok jó lehetőséget nyújtanak a helyiek és a vásárlók felé való nyitásnak, hozzájárulva ezzel a termékek népszerűsítéséhez, valamint a helyi turisztikai kínálat bővítéséhez, a turizmus élénkítéséhez is. Elmondható, hogy az elmúlt években nőtt az érdeklődés a hungarikum élelmiszerek iránt, amit a Szegedi Hungarikum Fesztiválon résztvevő termelők és látogatók gyarapodó létszámadatai is megerősítenek.

A vállalkozások fontosnak tartják az együttműködést, az együttes piaci fellépést, mégis úgy tűnik, hogy ez a valóságban kevésbé valósul meg, amelynek egyik nem elhanyagolható oka a hungarikum termékek differenciáltsága. Az együttműködések és a fogyasztók elérésének kitüntetett jelentőségű területeként a közösségi marketing jelölhető meg, amelynek keretében koordinált formában, hatékonyabban valósulhatna meg a hungarikum élelmiszerek sokrétű (a termékek megkülönböztető jegyeinek és jelentőségüknek a bemutatása) promóciója; ezáltal nagyban javítható lenne a termékek ismertsége és elismertsége.

Felmérésünk alapján, amit más vizsgálatok is alátámasztanak, a Pick téliszalámi és a Szegedi paprika meglehetősen közismert hungarikumok. Ismertségük kiemelkedik a hungarikumok és más élelmiszerek mezőnyéből, azonkívül egyértelműen kötődnek Szegedhez és környékéhez. Az előbbieknél okán a „szegedikumok” alkalmasak arra, hogy a város arculatának meghatározó elemei legyenek, azt erősítsék, ezzel is hangsúlyozva a település egyediségét, ami a városversenyben előnyt jelenthet.

Eredményeink tükrében megállapítható, hogy a hungarikumok ismertsége kívánnivalót hagy maga után, hiszen a hallgatók olyan élelmiszereket is megjelöltek hungarikumként, amelyek bár népszerűek, mégsem rendelkeznek ezzel a speciális megkülönböztetéssel. Mindez felhívja a figyelmet ezen élelmiszerek marketingjének fontosságára, amelynek része kell, hogy legyen a hungarikum tanúsító védjegy széleskörű megismertetése. Mondjuk mindezt úgy, hogy a felmérés alapján a védjegy kevésbé játszik szerepet a vásárlási döntésekben, ugyanakkor véleményünk szerint kiváló eszköze lehet az élelmiszer hungarikumok tömegtermékektől való megkülönböztetésének. A védjegy ugyanis olyan szimbólum, amihez jól kapcsolhatók a termékek származására, egyediségére és különleges minőségére vonatkozó információk, beazonosíthatóvá téve a hungarikumokat, elősegítve ezzel a fogyasztók jobb eligazodását az élelmiszerek sokszínű világában. Ehhez kapcsolódóan, lévén egyetemi hallgatók körében végeztük kérdőíves adatgyűjtésünket, úgy véljük, hogy hasznos lenne egy olyan kurzus bevezetése, melynek fő témája a hungarikum termékek, illetve általában a hungarikumok megismertetése, lényegük bemutatása; annál is inkább mivel olyan értékekről van szó, amelyek szerves részét képezik kultúránknak. Miután a gyakorlatias kurzusok mindig is kedveltek voltak a hallgatók körében, érdemes a témával való foglalkozás kereteit kibővíteni üzemlátogatással, rendezvények

megtekintésével, tanulmányi kirándulással, releváns szereplők, személyek meghívásával, szakmai- és élménybeszámolókkal, esettanulmányokkal.

Az eredmények alapján látható, hogy a megkérdezettek vásárlási döntéseit nagymértékben meghatározza a termékek íze, minősége, összetevői, illetve a termékekhez, azok előállításához kapcsolódó hagyományok, amelyek megfeleltethetők a hungarikumok tömegtermékekhez képesti megkülönböztető jellemzőinek, mint az eredetiség és különlegesség. Ezek a tulajdonságok együttesen a hungarikum élelmiszerek többletértékét adják. E tekintetben elmondható, hogy a hungarikumok kedvező pozícióban vannak, azonban a fogyasztók árérzékenyek. A vizsgálatból kiderül, hogy a hungarikum élelmiszerek többletértékét, illetőleg az ehhez kötődő árprémiumot a vásárlók kevéssé hajlandók megfizetni. Az eredmények szerint ugyanis a hallgatók 41,3 százaléka csak 5%-nál alacsonyabb, míg 48,0 százalékuk 5–10 százalék közötti felár megfizetését méltányolná.

Az előzőekben már többször utaltunk a marketingtevékenységek kiemelkedő szerepére, ami által a hungarikumok reflektorfénybe kerülhetnek, ezáltal ismertségük és piaci forgalmuk növelhető. Jó példát kínál erre a 2014 májusában a Liszt Ferenc nemzetközi repülőtéren megvalósított Pick-promóció is. A Pick Szeged Zrt., a Heinemann Duty Free és a Budapest Airport közös akciója során az utazók ingyenes kóstoláson vehettek részt, és amennyiben a termék elnyerte a tetszésüket, akkor abból akciós áron vásárolhattak a repülőtéri boltban. A népszerűsítési akció óriási sikert aratott az utazók körében, s minden eddigi eladási rekord megdőlt. A budapesti repülőtér történetében ugyanis még soha, egyetlen termék promóciójával sem sikerült a havi eladásokat 200 000 eurós szint fölé emelni, ezzel a téliszalámi maga mögé utasította a nemzetközileg is jól ismert skót whiskyket és a márkás női kozmetikumokat is (bonafarmsoport.hu, 2014). A hungarikumok népszerűsítésének ezen formáját, amikor a Budapest Airport, a Heinemann Duty Free és valamely magyar gyártó közös, összehangolt akciót folytat a repülőtéren, először 2013 nyarán próbálták ki, hatalmas sikerrel. Azóta a kereskedelmi akcióknak ez a formája már számos marketing-díjat is elnyert és szinte folyamatosan váltják egymást a hungarikumok a SkyCourtban és a duty free polcain. A kóstoltatással egybekötött kedvezményes akció minden termék kategóriában jelentős forgalomműveléssel járt. Az együttműködésbe több esetben bekapcsolódott az Agrármarketing Centrum is, segítve a magyar termelők megjelenését a reptéri kampányban (bud.hu, 2014; trademagazin.hu, 2014). A promóció sikere is igazolja, hogy jókora érdeklődés generálható a hungarikumok irányába, és hogy igény van a jó minőségű, helyben előállított magyar termékekre. A Pick téliszalámi népszerűsítő akciója is rámutat a kölcsönösen előnyös együttműködések szerepére, illetve hogy kreatív ötletekkel, magas szintű tervezéssel és megvalósítással kimagasló sikerek érhetők el a termékek marketingjében, ami jelentős ismertséget és forgalomművelést eredményezhet.

További jó példa az együttműködések kiemelkedő szerepének hangsúlyozására, valamint a hungarikumok turisztikai célú felhasználására a szóda esete. 2013-ban harmadik alkalommal rendezték meg a szegedi Dóm téren a Bortér elnevezésű rendezvényt, amelynek központi témája a fröccs (amit egyébiránt 2015.

október 13-án nyilvánítottak hungarikummá), illetve a szódavíz és a bor sokszínű kapcsolata volt. (A sokszínű kapcsolat arra utal, hogy a vendéglátó szakma meglehetősen sokféle fröccsöt tart számon; de, például, ahogy arról a [delmagyar.hu](http://delmagyar.hu) (2015) cikke beszámol, Bánffy István szegedi szikvízkészítő 65 fröccsfajtát ismer.) Az azóta is nagy sikerrel megrendezett ötnapos rendezvényen a szódakultúrát nem csak a fröccs képviselte, hanem Bánffy István magángyűjteményéből származó, a szóda készítésének és fogyasztásának tárgyi világát bemutató kollekció is. A magángyűjtemény bizonyos darabjai a Szent István téri víztoronyban, Szeged meghatározó, városképi jelentőségű, ipartörténeti műemlékében, állandó kiállítás formájában kerülnek bemutatásra, megismertetve a nagyközönséggel a szikvíz történetét, előállításának és fogyasztásának eszközeit. A kiállítás címe: „Szódavíz egy magyar kultuszital”. A „szegedikumok” bemutatásának és megismertetésének szintén jó példája az 1999-ben alapított Pick Szalámi és Szegedi Paprika Múzeum. A múzeumba látogatók megismerkedhetnek a két szegedi hungarikum történetével, a szalámikészítés, valamint a fűszerpaprika termesztés és feldolgozás hagyományával. (A látogatók szalámikóstolót, szegedi paprika termékmintát, téliszalámi-vásárlási kedvezményt és ajándék képeslapot kapnak ([pickmuzeum.hu](http://pickmuzeum.hu), é.n.)). A keddtől szombatig nyitva tartó múzeum része Szeged turisztikai kínálatának.

Az előbbieket is jelzik, hogy a szegedi hungarikum élelmiszerek szerves részei a város múltjának, jelenének és reményeink szerint jövőjének is. Részei ugyanakkor Szeged vidéke történelmének és életének is, gondoljunk például a helyi termelés és fogyasztás rendszereire és összefüggéseire (foglalkoztatás, jövedelem, szükségletek kielégítése stb.). Továbbá részei Magyarországnak, a magyar gazdaságnak és önazonosságnak is. A vizsgált termékek más-más fogyasztói szükségleteket és igényeket elégítenek ki, eltér piacaik térbeli kiterjedése, de megannyi más dologban is különböznek egymástól. Ami közös bennük, hogy ezek az értékek ezernyi szállal kötődnek Szegedhez és környékéhez, a magyarsághoz, természeti-földrajzi adottságainkhoz, történelmünkhöz, kultúránkhöz, a társadalomhoz és a gazdasághoz. Hogy mit hoz a jövő, nem tudható, több dolog függvénye (pl. ismeretek, többletfizetési hajlandóság, értékek, identitás). Az azonban biztosnak tűnik, hogy a jövő nem képzelhető el egy állandósult harmóniában. A társadalmi és gazdasági folyamatok szükségszerű és nélkülözhetetlen velejárója ugyanis a változás, amely csak megújulással, újításokkal biztosított. Így érkezünk el az innovációhoz, annak mikéntjéhez és szerepéhez. De hogyan valósulhat meg az innováció a hungarikum élelmiszerek esetében, ahol a termékek tömegtermékekkel szembeni versenyelőnyének kulcsa éppen az estenként több évszázados hagyományoknak, az eredetiségnek, a különlegességnek köszönhető. Ha ezek elvesznek, mert változtatunk a kialakult termelési eljárásokon és a speciális termékjellemzőkön, akkor az előny is elvesz, ami a megkülönböztetett minőségből fakad. Ez tehát sem az előállítók, sem pedig a lokalitás szempontjából nem ésszerű, illetve amennyiben létezik eredetvédelmi leírás az adott termékre vonatkozóan, úgy nem is engedélyezett, lásd például a „Szegedi fűszerpaprika-örlemény” vagy „Szegedi paprika” esetében.

A termék és eljárás innovációk mellett, illetve azokon kívül, más területek, jelesül a marketing és a szervezeti innovációk kínálnak számtalan lehetőséget arra, hogy javítsuk a hungarikum termékek versenyhelyzetét. Az előzőekben már többször hangsúlyoztuk a marketing fontosságát, s példát is hoztunk sikeres marketingakcióra. A marketing azonban sokféle alternatívát kínál a termékek piaci helyzetének jobbítására a megjelenéstől (kiszereles, csomagolás, címkézés stb.) az értékesítési csatornán (rövid ellátási lánc, közvetítők stb.) át a kommunikációig (termékinformációk, kóstoltatás stb.). A szervezeti innováció elsősorban az érintett szereplők közötti kapcsolatok terén kínál jelentős előrelépési lehetőséget. A különböző szereplők (termelők, előállítók, közvetítők, kereskedők, önkormányzatok, fogyasztók, érdekképviselők stb.) kapcsolódása, hálózatosodása útján kialakuló formációk kedvező alapot biztosítanak a célszerű és kölcsönösen hasznos együttműködésekhez, ami által a résztvevők kedvezőbb pozícióba kerülhetnek. Az előzőekben erre is hoztunk példát, de természetesen a lehetőségek tárháza ez esetben is meglehetősen sokszínű. A szereplők hálózatosodásnak és együttműködésének lényege és jelentősége, hogy a kapcsolódás és a kooperáció révén a résztvevők olyan tevékenységeket vihetnek végbe és olyan célokat érhetnek el, amelyek egyéni kapacitásait, lehetőségeiket meghaladják. Összességében elmondható, hogy a különböző típusú innovációkban rejlő tartalékok kiaknázása lehetővé teszi, hogy elegyítsük, illetve megfelelően kombináljuk a tradíciót a novummal, javítva ezáltal a hungarikumok versenyhelyzeit helyi, országos és nemzetközi viszonylatban egyaránt.

## 6. Összegzés

Tanulmányunk első részében a globalizáció és a lokalizáció viszonyával, a lokalizáció jelentőségével, valamint folyamatával foglalkoztunk. Tettük mindezt azért, mert véleményünk szerint a hungarikumok, ezen belül az általunk vizsgált szegedi élelmiszer hungarikumok („szegedikumok”) részét képezhetik a sikeres lokalizációnak. Ezt követően a hungarikumok jellemzőit, szerepét és jelentőségét vettük górcső alá. Majd pedig kutatási eredményeinket mutattuk be.

A hungarikumok esetében az erőforrássá válás folyamatának első lépcsője az értékek felkutatása, összegyűjtése és rendszerezése, azaz a valorizáció. Ahhoz azonban, hogy ténylegesen is erőforrásként funkcionáljanak és a helyi fejlődés részévé váljanak, integrálni kell azokat a helyi erőforrások és az azokra épülő tevékenységek rendszerébe. A valorizációt tehát az erőforrások mobilizálása, illetve aktivizálása kell, hogy kövesse, ami az adott hungarikum hasznosításához, valamely társadalmi igény(ek) kielégítéséhez kapcsolódik. Ennek során a kulcskérdés az, hogy hogyan vonhatók be ezek a termékek/értékek a társadalmi és gazdasági folyamatokba, így például a termelés és fogyasztás rendszerébe. E tekintetben mi is több összefüggést érintettünk, de a szereplők együttműködése és a kommunikáció kiemelt jelentőséggel bírnak.



Összegezve, a szegedi élelmiszer hungarikumok olyan értékeknek tekinthetők, amelyek előállítás, kombinálva a termékek alapvető tulajdonságaira (eredet, hagyomány és minőség) épülő innováció adta lehetőségekkel, nemcsak önmagukban, hanem a helyi gazdaságra gyakorolt tovaggyűrűző hatásokon keresztül is, kedvezően befolyásolják a település, illetve a térség, áttételesen az egész ország fejlődését, hozzájárulva ezzel a sikeres lokalizációhoz.

## Irodalomjegyzék

- Baumann T. (2009): Tokaji aszú, Pick-szalámi, Langosch... – és ókeresztény mauzóleum? A hungarikum diskurzusa és kapcsolata a kulturális örökséggel. In: Nádor O., Szűcs T. (szerk.): *Hungarológiai Évkönyv (2009)*, 10 (1). PTE BTK, Pécs. 107–124.
- Biró Sz., Székely E., Rácz K., Fieldsend, A., Molnár A., Varga E., Miskó K. (2014): *Innováció a magyar agrár- és vidékfejlesztésben* (szerk.: Biró Sz.). (Agrárgazdasági Könyvek). Agrárgazdasági Kutató Intézet (AKI), Budapest.
- Bódi F., Böhm A. (2000): A sikeres és sikertelen településekről. In: Bódi F., Böhm A. (szerk.): *Sikeres helyi társadalmak Magyarországon*. Agroinform Kiadóház, Budapest. 7–32.
- bonafarmcsoport.hu (2014): Minden eddigi rekordot megdöntött a PICK promóció. *Bonafarm Csoport – hírek*. <<http://www.bonafarmcsoport.hu/2014/06/18/minden-eddigi-rekordot-megdontott-a-pick-promocio-ferihegyen/>>. (2014.09.29.)
- Böhm A. (1998): A helyi társadalomfejlődés dilemmái. *A falu*, 13 (3), 39–44.
- Böhm A. (2002): *Helyi társadalom, önkormányzatok, településfejlesztés*. Agroinform Kiadóház, Budapest.
- bud.hu (2014): Minden rekordot megdöntött a Pick-promóció! *Budapest Airport – hírek*. <[http://www.bud.hu/budapest\\_airport/media/hirek/minden-rekordot-megdontott-a-pick-promocio!-14790.html](http://www.bud.hu/budapest_airport/media/hirek/minden-rekordot-megdontott-a-pick-promocio!-14790.html)>. (2015.09.27.)
- Camagni, R. (2008): Regional Competitiveness: Towards a Concept of Territorial Capital. In: Capello, R., Camagni, R., Chizzolini, B., Fratesi, U. (eds.): *Modelling Regional Scenarios for the Enlarged Europe*. Springer, Berlin. 33–47.
- Coleman, J. S. (1998): Gazdasági tőke, kulturális tőke, társadalmi tőke. In: Lengyel Gy., Szántó Z. (szerk.): *Tőkefajták: A társadalmi és kulturális erőforrások szociológiája*. Aula Kiadó, Budapest. 11–43.
- Czene Zs., Ritz J. (szerk.) (2010): *Helyi gazdaságfejlesztés. Ötletadó megoldások, jó gyakorlatok*. Területfejlesztési Füzetek 2. VÁTI Magyar Regionális Fejlesztési és Urbanisztikai Nonprofit Kft. Budapest.
- Csité A. (1999): A paraszti közösségtől a ruralitásig: A nemzetközi vidékkutatások utóbbi harminc évének néhány kulcsproblémája. *Szociológiai Szemle*, 1999/3., 134–153.
- Csurgó B., Légmán A. (2015): Lokális közösség, megtartó közösség: Elméleti megközelítések a lokális közösség integráló szerepének vizsgálatához egy vidéki településen. *socio.hu*, 2015/4., 49–66.
- Csurgó B., Megyesi G. B. (2015): Local food production and local identity: interdependency of development tools and results. *socio.hu*, 2015/1., 167–182.
- delmagyar.hu (2015): 65 fröccsfajtát tud a szikvízkészítő Bánffi István. Delmagyar.hu. <[http://www.delmagyar.hu/borfesztival/65\\_froccsfajtat\\_tud\\_a\\_szikvizkeszito\\_banffi\\_istvan/2429366/](http://www.delmagyar.hu/borfesztival/65_froccsfajtat_tud_a_szikvizkeszito_banffi_istvan/2429366/)>. (2015.10.28.)
- Farkas T. (2002): Vidékfejlesztés a fejlődésméletek és a fejlesztési koncepciók tükrében. *Tér és Társadalom*, 16 (1), 41–57.
- Fehér A. (2005): *A vidékgazdaság és a mezőgazdaság*. Agroinform Kiadó, Budapest.
- Ferencz Á., Nótári M., Hajdu I.-né (2009): Piaci kihívások és lehetőségek a Dél-alföldi Régióban. *Gazdálkodás*, 53 (5), 440–445.

- Fukuyama, F. (1997): *Bizalom*. Európa Könyvkiadó, Budapest.
- G. Fekete É. (2001): Innovációk a kistérségi fejlesztésben. *Tér és Társadalom*, 15 (3–4), 41–57.
- G. Fekete É. (2013): *Integrált vidékfejlesztés*. Miskolci Egyetem Gazdaságtudományi Kar, Miskolc.
- Gál J. (2008): A vöröshagyma vizsgálatának néhány érdekessége és hatása Makóra. 50. Jubileumi *Georgikon Napok Konferencia*, Keszthely. (Konferencia CD) 1–6.
- Illés S. (2014): A helyi gazdaságfejlesztés egy modellje. *Munkaügyi Szemle*, 2014/4., 20–28.
- Jasák H., Fehér A., Szakály Z. (2014): Fogyasztói preferenciák és attitűdök hagyományos és tájjellegű élelmiszerekkel kapcsolatban. In: Hetesi E., Révész B. (szerk.): „Marketing megújulás”. *Marketing Oktatók Klubja 20. Konferenciája előadásai*. SZTE Gazdaságtudományi Kar, Szeged. 372–381.
- Káposzta J. (2007): *Regionális gazdaságtan*. Szent István Egyetemi Kiadó, Gödöllő.
- Káposzta J., Ritter K., Kassai Zs. (2015): Hungarikumok területi jelentőségének vizsgálata, különös tekintettel a pálinkára. *Tér és Társadalom*, 29 (4), 139–153.
- Kassai Zs. (2012): *A LEADER program mint helyi partnerség kérdései Magyarországon*. Doktori (PhD) értekezés. SZIE GSZDI, Gödöllő.
- Kis K. (2012): *A vidéki erőforrások helyzete és szerepe a Hódmezővásárhelyi kistérség gazdaságában*. Doktori (PhD) értekezés. DE IK GSZDI, Debrecen.
- Kis K. (2013): Vidékgazdaság, erőforrások, infrastruktúra rendszerszemléletben. In: Veres L. (szerk.): *Regionális földrajzi tanulmányok: Abonyiné Dr. Palotás Jolán 70. születésnapja tiszteletére*. (Közép-Európai Monográfiák 7.). Egyesület Közép-Európa Kutatására, Szeged. 109–120.
- Kis K. (2014): Vidékgazdaság, kultúra, lokalizáció: eltérő válaszok és fejlődési differenciák. *Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok*, 9 (1–2), 9–28.
- Kovács I. (2012): *A vidék az ezredfordulón: A jelenkori magyar vidéki társadalom szerkezeti és hatalmi változásai*. Argumentum Kiadó, Budapest.
- Kulcsár L. (1998): Vidékfejlesztés és Vidékpolitika Magyarországon. *A falu*, 13 (2), 5–15.
- London Economics (2008): *Az oltalom alatt álló eredetmegjelölésekkel (OEM), valamint az oltalom alatt álló földrajzi jelzésekkel (OFJ) kapcsolatos KAP politikák értékelése*. Rövid összefoglaló. <[http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/pdopgi/short\\_sum\\_hu.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/eval/reports/pdopgi/short_sum_hu.pdf)>. (2015.09.15.)
- Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye (2015a): *Nemzeti Értékpiramis*. <[http://www.hungarikum.hu/sites/default/files/images/Nemzeti\\_%C3%89rt%C3%A9kpiramis.png](http://www.hungarikum.hu/sites/default/files/images/Nemzeti_%C3%89rt%C3%A9kpiramis.png)>. (2015.12.15.)
- Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye (2015b): *Útmutatók. Hogyan válhat valami hungarikummá?* <<http://www.hungarikum.hu/content/%C3%BAtmutat%C3%B3k>>. (2015.09.27.)
- Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye (2015c): *Magyar Értéktár – Kiemelkedő Nemzeti Értékek*. <<http://www.hungarikum.hu/node/88>>. (2015.12.15.)
- Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye (2015d): *Hungarikumok Gyűjteménye*. <<http://www.hungarikum.hu/node/86>>. (2015.12.15.)
- Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye (2015e): *Hungarikum. Szikvíz*. <<http://www.hungarikum.hu/ertek/60007398a39c878aaabad5910572135668da637e>>. (2015.09.23.)
- Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye (2015f): *Hungarikum. PICK Téliszalámi*. <<http://www.hungarikum.hu/ertek/7d896b65e5fc68d9921b95f92b0986e7b8a94112>>. (2015.09.23.)
- Magyar Értéktár – Hungarikumok Gyűjteménye (2015g): *Hungarikum. Szegedi fűszerpaprika-őrlemény*. <<http://www.hungarikum.hu/ertek/1c2c6797a517ce070ea80bf004ee722f87c0a486>>. (2015.09.23.)
- Magyar Közlöny (2012): 2012. évi XXX. törvény a magyar nemzeti értékekről és a hungarikumokról. *Magyar Közlöny*, 2012/42., 8116–8122.
- Magyar Közlöny (2013): A Kormány 114/2013. (IV. 16.) Korm. rendelete a magyar nemzeti értékek és a hungarikumok gondozásáról. *Magyar Közlöny*, 2013/65., 49618–49622.

- Minya K. (2007): *Új szavak I. Nyelvünk 1250 új szava értelmezésekkel és példamondatokkal*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- Nábrádi A. (2010): A hagyományos és tájjellegű élelmiszerek gazdasági jelentősége. In: Szakály Z., Pallóné Kisérdei I., Nábrádi A. (szerk.): *Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán*. Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Kaposvár. 30–36.
- Nagy S. (2015): A közpénz változó szerepe és funkciói. *Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok*, 10 (1), 9–16.
- Nagy S., Gulyás L. (2015): Számvevőszéki értékteremtés „turbulens” környezetben – a komplexitás kezelésének lehetőségei. *Vezetéstudomány*, 46 (7), 2–14.
- Nótári M., Hajdu I.-né (2005): Marketing elemzések a kertészeti hungarikumok piacának fellendítésére a Dél-Alföld régióban. *Acta Agraria Kaposváriensis*, 9 (1), 1–9.
- Oostindie, H., Broekhuizen, R. van, Brunori, G., Ploeg, J. D. van der (2008): The endogeneity of rural economies. In: Ploeg, J. D. van der, Marsden, T. (eds.): *Unfolding webs: the dynamics of regional rural development*. van Gorcum, Assen. 53–67.
- Pakurár M., Oláh J., Katonáné Kovács J., Szabó A. (2010): *A foglalkoztatás új forrásai a vidéki közösségek vagyonteremtő képességének elősegítése érdekében*. Debreceni Egyetem AGTC, Debrecen.
- Pakurár, M., Oláh, J., Nábrádi, A. (2012): New Sources of Employment to Promote the Wealth-Generating Capacity of Rural Communities. *APSTRACT – Applied Studies in Agribusiness and Commerce*, 6 (3–4), 15–21.
- Pallóné Kisérdei I. (2003): *A versenyképesség biztosításának új minőségi dimenziója az élelmiszergazdaságban EU csatlakozásunk szempontjából*. Doktori (PhD) értekezés. BKÁE, Budapest.
- Pallóné Kisérdei I. (2010): A Bánffi szikvíz esetpéldája. In: Szakály Z., Pallóné Kisérdei I., Nábrádi A. (szerk.): *Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán*. Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Kaposvár. 206–213.
- Panyor Á. (2007a): *A különleges élelmiszerek piacnövelési lehetőségei megkérdések tükrében*. Doktori (PhD) értekezés. BCE, Budapest.
- Panyor Á. (2007b): A földrajzi árujelzős termékek a vidékfejlesztésben. *Gazdálkodás*, 51 (20. Különkiadás), 206–208.
- Péli L., Némédiné Kollár K., Tóth T. (2015): A hungarikumok magyarországi és nemzetközi megítélésének főbb aspektusai az egyetemi hallgatók körében. *Gazdálkodás*, 59 (6), 547–562.
- Petrás E. (2005): Lokalizáció és lokális identitás a globalizáció korában. *Szociológiai Szemle*, 2005/4., 85–98.
- pickmuzeum.hu (é.n.): *Pick Szalámi és Szegedi Paprika Múzeum*. <<http://www.pickmuzeum.hu/index-hu.html>>. (2015.11.12.)
- Póla P. (2014a): Helyi erőforrások, vidékfejlesztési stratégiák. In: Lukovics M., Zuti B. (szerk.): *A területi fejlődés dilemmái*. Szegedi Tudományegyetem Gazdaságtudományi Kar, Szeged.
- Póla P. (2014b): A társadalmi tőke és a helyi gazdaság fejlesztése a LEADER programban. *Sugo Szemle*, 1 (1), 40–52.
- Polereczki Zs., Nótári M., Popovics A. (2010): A fogyasztói magatartás sajátosságai a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán. In: Szakály Z., Pallóné Kisérdei I., Nábrádi A. (szerk.): *Marketing a hagyományos és tájjellegű élelmiszerek piacán*. Kaposvári Egyetem, Gazdaságtudományi Kar, Kaposvár. 82–94.
- Putnam, R. D. (1993): The Prosperous Community: Social Capital and Public Life. *The American Prospect*, 4 (13), 35–42.
- Ray, C. (1998a): Culture, Intellectual Property and Territorial Rural Development. *Sociologia Ruralis*, 38 (1), 3–20.
- Ray, C. (2001): *Culture economies: a perspective on local rural development in Europe*. Centre for Rural Economy, Newcastle University, Newcastle upon Tyne.
- Rechnitzer J. (1994): Az erőforrások, áruk mobilitása; a gazdasági jelenségek terjedése a térben. In: Rechnitzer J. (szerk.). *Fejezetek a regionális gazdaságtan tanulmányozásához*. MTA RKK, Győr–Pécs. 103–141.

- Szabó J. (2012): A hungaricumtól a hungarikumig. Érzelmi érdekviszonyok. *Tudományos Közlemények*, 2012/28., 111–120.
- Szakály Z., Horvát A., Soós M., Pető K., Szenté V. (2014): A minőségre és származásra utaló jelölések szerepe a fogyasztói döntéshozatalban. *Élelmiszer, Táplálkozás és Marketing*, 10 (1), 3–10.
- Tózsá I., Zátori A. (2013): *Hungarikumok*. Budapesti Corvinus Egyetem, Gazdaságföldrajz és Jövőkutatás Tanszék, Turizmus Kompetencia Központ, Budapest.
- Török Á. (2013): *Hungarikumok – Magyarország földrajzi árujelzői. Az eredetvédelem szerepe a XXI. századi mezőgazdaságban és élelmiszertermelésben – a pálinka példájának tanulságai*. Doktori (PhD) értekezés. BCE GDI, Budapest.
- trademagazin.hu (2014): Minden rekordot megdöntött a Pick-promóció. *Trade magazine – Cég- és Személyi Hírek*. <<http://www.trademagazin.hu/hirek-es-cikkek/ceg-es-szemelyi-hirek/minden-rekordot-megdontott-a-pick-promocio.html>>. (2015.09.27.)
- Wikipédia (2015): Hungarikum. *Wikipédia. A szabad enciklopédia*. <<https://hu.wikipedia.org/wiki/Hungarikum>>. (2015.09.17.)
- Zsótér, B., Balog, R. (2015): Customers' opinion on the Mizse mineral water in Kecskemét and its neighbouring settlements. *Review of Faculty of Engineering: Analecta Technica Szegedinensia (online)*, 9 (1). 7–11.

## **A PÁLINKA ELŐÁLLÍTÁSÁVAL KAPCSOLATOS JOGSZABÁLYVÁLTOZÁSOK (2010) – ELŐÁLLÍTÁSI FELTÉTELEK, ADÓZÁSI KÖTELEZETTSÉGEK – HATÁSAINAK VIZSGÁLATA A GYAKORLATBAN**

Zsótér Brigitta – Molnár Anikó

**Absztrakt:** Kutatásunk témája a pálinka előállítás terén a 2010-ben bevezetett jogszabályváltozások – előállítási jogosultság további engedélyezése, jövedéki termékekre vonatkozó adójogszabályok változása – hatásainak vizsgálata a gyakorlatban. Kérdőíves vizsgálatot végeztünk a bérfőzetőkkel, hogyan vélekednek a meghozott rendeletekről, valamint mennyiben befolyásolta ez főzetői szokásukat. A primer kutatáshoz tartozik 5 interjú, amit a témában szakmailag jártasabb személyekkel készítettünk. A bér- és kereskedelmi főzdek üzemeltetői, illetve a magánfőzők kifejtették véleményüket, és megosztották velünk az utóbbi 4 év tapasztalatait. A 43 hektoliterfok mértékig bevezetett 0 forintos adófizetési kötelezettség pozitív hatással volt a bérfőzésre. A magánfőzés engedélyezése megosztotta a bérfőzetők véleményét, viszont a főzdek üzemeltetői rámutattak a bejelentési kötelezettség hiányára, ami negatív következményeket vonhat maga után.

**Abstract:** The subject of our research is the examination of effects of changes in law, introduced in 2010, in the field of the distillation of 'pálinka', like further assignment of distillation rights and changes in tax laws concerning products subject to excise duty. We have carried out questionnaire surveys with leased distillers on what they think of the orders and also on how much it affected their distilling habits. The primary research includes 5 interviews made with people who are professionally more competent in this subject. The owners and operators of the leased and commercial distilleries together with the private distillers expressed their opinions and shared their experiences about the last four years with us. The tax obligation of 0 forint introduced to 43 volume percentage has a good effect on the leased distillation. Permission of private distillation has divided the opinion of the leased distillers, and the owners of distilleries underlined the lack of the duty of registration which may have negative consequences.

**Kulcsszavak:** pálinka, hektoliterfok, bér- és kereskedelmi főzdek

**Keywords:** pálinka (brandy), volume percentage, leased and commercial distilleries

### **1. Bevezetés**

Kutatásunk témája a pálinka előállításával kapcsolatos jogszabályváltozások hatásai a gyakorlatban, amelyben az előállítási feltételeket, valamint az adózási kötelezettségeket vizsgáltuk meg.

A felmérés kiterjed a bérfőzetők véleményére, ezen kívül a magánfőzetők meglátására a korábban meghozott törvényről, valamint rendeletről (2010). Mindemellett a szakmában jártas személyek – bér- és kereskedelmi szeszfőzde üzemeltető – véleményét is felmértük a témával kapcsolatban.

A következő hipotéziseket vizsgáltuk:

- 1.) A 43 hlf (hektoliterfok) előállításának mértékéig bevezetett 0 forint adófizetési kötelezettség megnövelte a pálinkafőzés iránti kedvet a bérszeszfőzdekben.

- 2.) A jogszabályváltozások liberalizálását követően elterjedt a legális otthoni pálinkafőző készülékek száma.
- 3.) A szakmai tudás, a magas költségek és a nem megfelelő minőségű pálinka miatt az otthonfőzetők kedve alábbhagyott.
- 4.) A bérfőzetők nem főzetnék ki cefréjüket, ha az meghaladná a 43 hlf-ot, és utána adót kellene fizetni.
- 5.) A vizsgált területen, a bérfőzetők életkorát tekintve, leginkább az idősebb, 45 év feletti személyek veszik igénybe a bérszeszfőzde szolgáltatását.

A kutatásunk célja, hogy saját vizsgálat során ezeket a hipotéziseket alátámasszuk, vagy elvessük.

## 2. Szakirodalom feldolgozása

Igen sok szakirodalmi munka található a témával kapcsolatban. Ezek közül kiemelnénk Balázs (1998, 2004) a magyar pálinkával, valamint ennek előállításával foglalkozó munkáit. A házi pálinkafőzéssel kapcsolatos ismeretekhez nélkülözhetetlen Békési és Csarnai (2010) könyvének a tanulmányozása. A gyümölcspálinka-főzésről Szabó (2012) munkájában olvashatunk részletesen.

Legelőször a pálinka fogalmát tisztáznánk. A pálinka semmilyen adalékanyagot (cukor, méz) nem tartalmazó, 100%-ban gyümölcsből, erjesztéssel készült gyümölcscefre lepárlásával nyert párlat. Az Európai Unió területén kizárólag (export esetén is) csak Magyarországon termelt és termelt gyümölcs az alapanyaga, melynek alkoholfoka minimum 37,5% V/V. A pálinka nevet, kizárólag Magyarország, a barackpálinka nevet még 4 osztrák tartomány használhatja (Jónás, 2006; Panyik, 2013).

Az alkoholos erjedés már ősidők óta ismert. A lepárlás folyamata viszont csak az ezredforduló után terjedt el a világban. A XVI. század végéig a desztillációval előállított szeszt csak gyógyszerként alkalmazták, ami bizonyítja az „aqua vitae”, azaz az „élet vize” elnevezését a szesznek. Földrajzi fekvéstől függően nevezték még „aquavit”-nek, illetve „lebenswasser”-nek. A párlat XV–XVI. század végére kereskedelmi cikk lett. 1722-ben jelent meg olyan dokumentum, amelyben a „pálinka” megnevezést először használták. Erre azért volt szükség, hogy megkülönböztessék a gabonából készült párlatokat, a borból készült párlatoktól. A gyümölcspálinka néhány évvel később terjedt el. Magyarországon a szeszadót 1850-ben vezették be, ettől az időponttól beszélünk az előállítással kapcsolatban felmerülő, az állam javára megfizetendő adónemről (Békési és Pándi, 2005; Panyik, 2013).

A következő jelentős változást a szeszmérő gépek kötelező gyakorlati alkalmazásának bevetése jelentette 1924-től. A gépek azt a célt szolgálták, hogy kimutassák a rajtuk átfolyt szesz mennyiségét és erősségét, ezáltal mérhetővé és ellenőrizhetővé tették az előállított mennyiséget. További fordulatot jelentett a II. világháború utáni államosítások sorozata. Az 1949 után bevezetett rendeletek kárt okoztak a termelőknek és az állami iparnak egyaránt, ugyanis a főzdek által

termelési időszakonként előállítható pálinka mennyiségét, és a kifőzhető mennyiséget az állam szigorúan meghatározta (Békési és Pándi, 2005).

A pálinka előállítás terén a legnagyobb áttörést az 1982-es előállítási jogosultságra vonatkozó rendelet jelentette. A rendelet értelmében „Magánszemély – pálinka bérfőzés céljára – legfeljebb 500 liter főzőüst kapacitású főzdet létesíthet.” Ennek következtében megkezdtek a termelést az állami szeszfőzdek mellett a magántulajdonban lévő bérszeszfőzdek is (Békési és Pándi, 2005). Itt meg kell jegyeznünk, hogy mindez kihatással lehetett mind a társadalomra, mind a gazdaságra (azon belül pl. a turizmusra) (Illés, 2007). A pálinka esetében a gyümölcs fontosságán túlmenően a helyi jelleg kap nagy hangsúlyt; tájjellegű termékről van szó, amely kultúránk fontos részét képezi a pálinkánál is éppúgy, mint a zöldségek, gyümölcsök területén (Gál, 2008).

2010-ben az előállítási jogosultság tekintetében további engedményt tettek a jövedéki szabályozásban. Ezzel teret engedtek a maximum 100 liter űrtartalmú főzőüst magánbirtokban tartásának. A 2003. évi CXXVII. törvény értelmében: „Magánfőzésben a párlatnak a magánfőző lakóhelyén vagy gyümölcsöse helyén használható, legfeljebb 100 liter űrtartalmú, párlat-előállítás céljára kialakított desztillálóberendezésen a magánfőző által végzett előállítása évente legfeljebb 2 hektoliter tiszta szesz mennyiségig engedélyezett” (hatályos 2010.09.27-től).

Ezzel egyidejűleg módosultak az előállításra került jövedéki termékek (pálinka) után fizetendő adójogszabályok. Az adóalapja minden esetben az előállításra került és számba vehető 100 térfogat százalékos tartalommal hektoliterben meghatározott 20 C-on mért etil-alkohol mennyiség, illetve magánfőzés esetén a vámhatósághoz bejelentett alapanyag mennyisége. Szeszfőzdeben bérfőzés, valamint magánfőzés keretében előállított párlat után adóévenként legfeljebb 50 l (gyümölcsszesz liter) mennyiségig 0 forint, az 50 l meghaladó mennyiség után 333 385 forint/100 hlf megfizetésére kötelezett.

Amennyiben a magánfőző, a magánfőzés keretében meghaladja az előállított 50 liter mennyiséget, az adott adóévben adóbevallási és adófizetési kötelezettség terheli. Fel kell hívni a figyelmet arra is, hogy a pálinkafőzés során, a gyümölcs feldolgozása folyamatában, több fázisban hulladék keletkezik, amely – adott esetben – veszélyes hulladéknak minősül. Az előpárlat és az utópárlat toxikus vegyületeket tartalmaz, illetve fémes mellékíze miatt nem használható, továbbá a cefre maradványa is hulladék. Ezeket az anyagokat a környezeti piacon, a jogszabályoknak és a társadalmi normáknak megfelelő módon kezelni kell, elhelyezni szükséges (Gál, 2003). Aggodalomra adhat okot, hogy az otthoni főzésnél ezen anyagoknak mi lesz a sorsa?

### 3. Anyag és módszer

#### 3.1. Szekunder kutatás

A szekunder adatok, már létező, azaz már valamilyen célból összegyűjtött adatok. A másodlagos forrásaink a témával kapcsolatos szakirodalmi munkák és az interneten található információk. Az irodalmi áttekintésben leírtuk a pálinka fogalmát, összefoglaltuk a pálinka adózásának történetét.

#### 3.2. Primer kutatás

A primer adatok megszerzésének két módszere van, a kvalitatív (minőségi) és a kvantitatív (mennyiségi). Ez a két eljárás nem helyettesíti, hanem kiegészíti egymást. A minőségi eljárás strukturáltan feltáró kutatási módszer, amely kis mintán alapul, és a probléma természetének megértéséhez járul hozzá (pl.: interjúkészítés). A mennyiségi eljárásnak célja a hipotézisek alátámasztására olyan adatok keresése, ami statisztikailag értékelhetők, számszerűsíthetők (pl.: kérdőívkészítés). A megfigyelés, a kísérlet, a megkérdezés az elsődleges adatgyűjtés fő módszerei. A kutatásunk során a megkérdezéses adatgyűjtésen belül, a kérdőív és az interjú eljárás módját választottuk (Horváth, 2004).

##### 3.2.1. Kérdőív

A kérdőívet a békés megyei bérfőzetőkkel töltöttük ki 2014 szeptemberében, annak érdekében, hogy megtudjuk, mi a személyes véleményük a változtatásokról és a kapott válaszokból következtetéseket vonjunk le. A kapcsolatot személyesen vettük fel velük a bérszeszfőzdekben. A kérdőívet pár sor bemutatkozással kezdtük, valamint ismertettük a kutatásunk célját. Biztosítottuk a válaszadókat az anonimitásról. Összesen 16 kérdésből állt a kérdőív, a kitöltők száma 141 fő volt, a kiértékelhető kérdőívek száma 141 db.

A leggyakoribb kérdéstípusok, amiket alkalmaztunk nyitott és zárt kérdések (Horváth, 2004):

- Nyitott kérdésekre a válaszadó saját szavaival válaszol.
- Zárt kérdések azok, amelyekre előre megadott választ adunk, és a válaszadónak választania kell közülük. Ezen belül lehetnek alternatív (eldöntendő), szelektív (ebben az esetben előre megadjuk a válaszlehetőségeket, de helyet biztosítunk az önálló vélemény kifejtésére is), és skálarendszeres (amikor nem csak minősítünk, de a válasz intenzitását is megadjuk) típusúak (Horváth, 2004).
- Tényre vonatkozó kérdések (pl.: életkor, nem), sorba rendezési kérdés, valamint értékelő kérdés.

Figyeltünk arra, hogy kövessük a kérdőívkészítés szabályait (Horváth, 2004):

- Egyszerű, érthető, határozott, egyértelmű kérdéseket tegyünk fel.
- Nyelvezete érthető legyen.



- Ne tegyünk fel túl sok kérdést.
- A kérdések változatosak legyenek.
- Ne használjunk befolyásoló vagy rávezethető kérdéseket.

A kérdések célszerű sorrendje (Horváth, 2004):

- 1.) Bevezető kérdések,
- 2.) Bemelegítő kérdések,
- 3.) Fő téma kérdései.

A bevezető kérdés feltevése azért lényeges, hogy kiszűrjük azokat az embereket, akik nem jártasak a témában. A bemelegítő kérdések segítenek ráhangolódni a tárgyra, majd az utolsó részben rá lehet térni a kulcsfontosságú témákra.

A kérdőívezés hátránya, hogy a válaszadók nehezen elérhetők, és ha el is érjük őket, lehet passzívan állnak a kitöltéséhez. A kérdőíveket az SPSS program segítségével értékeltük ki.

### *3.2.2. Interjú*

A témában jártas 5 fővel készítettünk interjút szintén 2014 szeptemberében. Két kereskedelmi, és egy bérsheszszőzde üzemeltetőjével beszélgettünk a 2010-ben bevezetett jogszabályokról, valamint két olyan személyt kérdeztünk meg a véleményéről, tapasztalatairól, akik megpróbálkoztak a magánfőzéssel.

## **4. Vizsgálat és eredményeinek értékelése**

### **4.1. Kérdőív kiértékelés**

A kérdőívet összesen 141 bérőzetővel töltöttük ki. Összesen 15 kérdést kellett megválaszolniuk. Egyes kérdésnél indoklást is kértünk. A füzesgyarmati és a köröstarcsai szeszőzdeben vettük fel velük a kapcsolatot, ezáltal – ha úgy engedte idejük – személyesen is el lehetett beszélgetni, ami során több dolgot lehetett megtudni a véleményükről, nézetükről.

A kérdőívben két kérdés a demográfiai adatokra kérdezett rá. A bérőzetők korcsoportjának és a nemek arányának megoszlásának vizsgálata volt a célunk.

A kitöltők közül 34 személy nő volt, 107 személy pedig férfi. A bérőzetők nagy többsége, 76%-a férfi.

Az egyik hipotézisünkben azt feltételeztük, hogy javarészt a 45 évnél idősebb személyek főzetnek bérőzés keretében. A felmérésből kiderült, hogy a válaszadók többsége (73%) a 45–55, 56–65 és a 65 év feletti korosztályba tartozik. Meglepően tapasztaltuk, hogy a főzetők 21%-a már betöltötte a 65. életévét. Indoklasként azt a választ kaptuk, hogy ők inkább a szeszőzdeben előállított, tiszta pálinkát részesítik előnyben, ugyanis így pontosan tudják, mit isznak. A feltételezésünk, hogy a 45 évesnél idősebb korosztály főzet szívesebben pálinkát, bebizonyosodott (73%).

A kitöltők 76%-a már 2010-et megelőzően is főzetett pálinkát. Természetesen pár személy megleltette, hogy 2010 előtt 1–2 évben volt, hogy nem főzetett, mivel nem volt elegendő mennyiségű gyümölcsük, de ez a tényező a kutatás szempontjából elhanyagolható, mivel a 2010–14-es időszakot vizsgáltuk. 18 válaszadó 1–3 éve, 15 pedig pontosan 2010 óta állítat elő pálinkát.

A megkérdezettek 65%-át nem befolyásolta a 0 Ft-os adótétel bevezetése. Indoklásuk egyöntetű volt, miszerint ha van megfelelő mennyiségű, cefrének alkalmas gyümölcsük, természetesen kifőzetik. Bár anyagi szempontból jobban megéri, mégsem főzetnek ennek köszönhetően több mennyiséget, csak ami megterem nekik. 46 embertől (33%) azt a választ kaptuk, hogy befolyásolta őket.

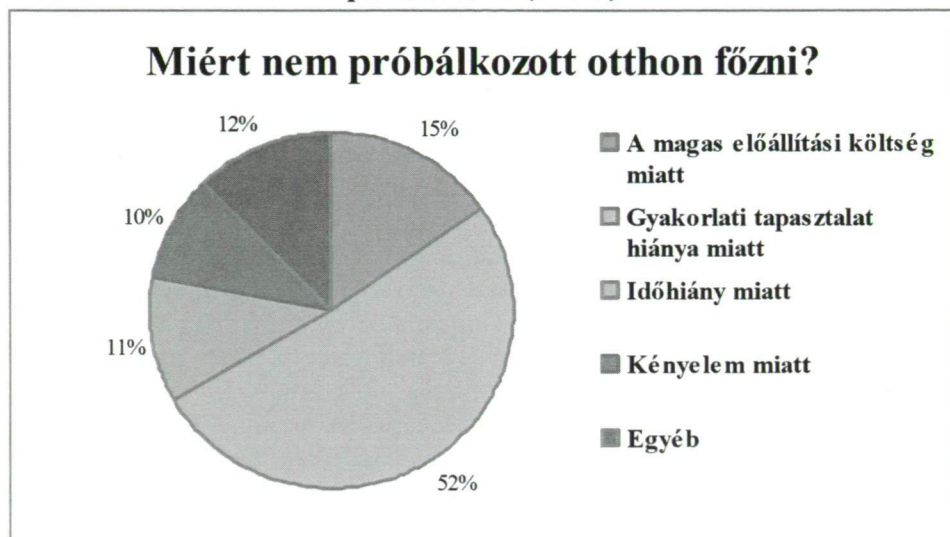
Közülük többen emiatt kezdtek el főzetni. Mások a korábbi évekhez képest, nagyobb mennyiségű cefrét főzetnek ki, de nem érik el a 43 hlf mennyiséget. Pár ember pedig azzal indokolta, hogy a 0 Ft-os adófizetési kötelezettségnek hála, nem kell elgondolkodniuk azon, hogy kifőzessék-e a megtermett gyümölcsüket, vagy sem. Az egyéb válaszlehetőséget az a 3 fő adta meg, akik nem saját maguk, hanem a párjuk, élettársuk döntött ebben a kérdésben.

Az SPSS program segítségével megvizsgáltuk a főzési gyakorlat kezdetét és a 0 Ft-os adótétel kapcsolatát. Akit befolyásolt a 0 forintos adókötelezettség, azok közül 30-an, már 2010 előtt is főzetek. 10-en csak ennek hatására 2010-ben kezdtek el, 3 személy pedig csak 1–3 éve főzet. Akiket nem befolyásolt, azok legnagyobb része már 2010 előtt is állítatott elő pálinkát. 10 fő csupán 1–3 éve veszi igénybe a főzdek szolgáltatását, és őket sem befolyásolta a jövedéki termékre meghozott adózási kötelezettségek változása.

Az indoklások a következők voltak: Csak pár éve rendelkeznek gyümölcsösökkel, vagy nem régen költöztek a térségbe, és azelőtt nem foglalkoztak ilyesmivel. 5 olyan kérdőív kitöltő volt, akik pontosan 2010 óta főzetnek, viszont őket sem befolyásolta az adótétel. A vizsgálat során levonhatók a következtetések, miszerint a régebb óta főzető személyek álláspontja szerint, nem gyakorolt rájuk nagy hatást a 0 forintos adótétel. Ez a megállapítás nem azt jelenti, hogy figyelmen kívül hagyták, hanem, hogy az előző évekhez hasonló, és nem nagyobb mennyiségben főzetnek. A kérdőív kitöltése közben megejtett beszélgetés során, természetesen mindenki pozitívnak gondolja a meghozott rendeletet, mivel nem kell adót fizetniük 43 hlf-ig. Az egy liter 50 V/V pálinkára eső előállítási költség lényegesen csökkent. Ennek következtében a 86 liter 50 fokos pálinka mértékéig az összes megtermett gyümölcsöt ily módon hasznosítják, nem hagyják kárba veszni.

A megkérdezettek közül 94%, 132 fő nem kísérletezett az otthoni főzéssel 2010 óta. 6%-a, tehát 9 személy főzött otthon az utóbbi 4 évben legálisan pálinkát. Meg kell említeni, hogy a meghozott Jövedéki Törvény 63§ (7) bekezdése alapján, egy háztartáson belül vagy magánfőzés, vagy bérfőzés keretében lehet pálinkát előállítani. A két tevékenységet egyszerre nem lehet végezni.

1. ábra: A megkérdezettek indokai, hogy miért nem próbálkoztak otthon párlatot főzni (n=132)



Forrás: Saját gyűjtésű adatok, saját szerkesztés

Rákérdeztünk az előbb említett 132 embernél, hogy miért nem próbált otthon pálinkát előállítani. A válaszadók 15%-a a magas előállítási költség miatt.

Véleményük szerint olcsóbb megoldás, ha a bér szeszfőzdébe viszik cefréjüket, valamint a berendezés ára, csak hosszú távon térülne meg. A legtöbben (52%) a gyakorlati tapasztalat hiánya miatt nem fogott bele a magánfőzésbe, azt állítják, hogy a pálinkafőzés egy szakma, amit az embernek ki kell tanulnia. 11%-ának nem lenne ideje rá. 15 embernek pedig kényelmesebb kivinni az alapanyagot a főzdébe, és minden aggodalom nélkül kimenni a már kifőzött jó minőségű pálinkáért. 15%-a az egyéb válaszlehetőséget adta meg. Sokan a koruk miatt nem kezdtek bele, voltak, akik féltek, mert veszélyesnek tartották. Emellett volt olyan, aki az összes válaszlehetőséget lényegesnek tartotta.

Megállapítható, hogy az emberek nagy részének véleménye szerint, a magánfőzés esetében nélkülözhetetlen a szakértelem és tapasztalat. Ennek hiányában nem szívesen fognak bele.

A megkérdezettek közül, csupán 9 ember próbálkozott az otthoni főzéssel. 7-en közülük szabadidős tevékenységként kezdték el. Ebből 5 ember azért nem főz már otthon, mivel az előállított pálinka mennyiségével és minőségével nem volt megelégedve, így visszatért a szeszfőzdébe bérfőzetőként. A másik két válaszadó pedig időhiány miatt adta fel. Egy ember, anyagi okok miatt fogott bele, ugyanis úgy gondolta, hogy az otthoni berendezésen olcsóbban tudja előállítani a pálinkát.

Végül a magas költségek miatt abbahagyta ezt a tevékenységet. Ugyancsak emiatt fejezte be az otthoni főzést, azaz illető, aki azért vágott bele, hogy szakmailag képezze magát. A kevés adat tekintetében, nem vonhatunk le konklúziót.

További kérdésünk volt, hogy a kitöltők szándékoznak-e a jövőben főzőkészüléket venni? 100%, tehát 141 személy egyértelműen nem kíván ilyen berendezést vásárolni. Az indoklás majdnem minden esetben a 1. ábrán feltüntetett tényezők voltak. Pár személy viszont azt válaszolta, hogy azért nem fog ilyenre pénzt kiadni, mert véleményük szerint ezt a törvényt el fogják törölni.

A továbbiakban arra kerestük a választ, hogy a megkérdezettek hány százaléka gondolja pozitívnak vagy negatívnak azt, hogy megengedték a legfeljebb 100 liter űrtartalmú párlat-előállítás céljára kialakított desztillálóberendezés magánbirtokban tartását. A megkérdezettek 65%-a negatívnak gondolja. Saját véleményük szerint ez a tevékenység veszélyes. Egyrészt azért, mert hallották a médiában, hogy volt, akinek a berendezése felrobbant. Másrészt azért, mert nem megfelelő minőségű pálinkát állítanak elő rajta, nem tudják beállítani a helyes szeszfokot, így magasabb lehet benne az etil-alkohol arány, ami káros hatással van az emberi szervezetre.

Sokan azt az indokot írták, hogy az illetők, akik otthon főznek, biztos nem tartják be a 43 hlf-os korlátot, tehát ezen felül főznek, és mivel nincs bejelentési kötelezettségük, így nem fizetik ki az utána eső adót, ami lényegében az állami bevétel számára kiesést jelent. Ezen kívül meggyőződésük van arról, hogy nem csak a saját, hanem a szomszéd, ismerős cefréjét is kifőzik a desztillálóberendezésen. 35%, 49 fő meglátása szerint pozitív. Ők azzal indokolták válaszukat, miszerint ezzel a törvénnyel nagyobb szabadságot adnak az embereknek, valamint egyetértenek azzal a ténnyel, hogy aki tudja, az csinálja. Pár ember azzal érvelt, hogy akinek kevesebb mennyiségű cefréje van, annak jobban megéri a házi pálinkafőző berendezést alkalmaznia, így biztosan a saját alapanyagból készült pálinkáját ihatja. Levonható az a következtetés, miképpen az emberek nagy része a magánfőzést nem preferálja a fent megemlített tények miatt.

Vajon azok az a megkérdezettek, akik már próbálkoztak az otthoni főzéssel, negatív, vagy pozitív választ adtak az előző kérdésre? A keresett adatokat az 1. táblázat mutatja.

**1. táblázat: Az otthonfőzés és ennek pozitív/negatív megítélése közötti összefüggések (n=141)**

		Véleménye szerint, az a lehetőség, hogy engedélyezték a magánszemélyeknek az otthoni pálinkafőzést pozitív, vagy negatív?		Total
		Negatív	Pozitív	
Amióta engedélyezve van, hogy magánszemély otthon is állíthat elő pálinkát, azóta kísérletezett-e ezzel a tevékenységgel?	Igen	2	7	9
	Nem	90	42	132
Total		92	49	141

Forrás: Saját gyűjtésű adatok, SPSS program által összeállított táblázat

Azok közül, akik az utóbbi 4 évben főztek otthon párlatot, 7 ember vélekedik pozitívan a meghozott törvényről. 2 ember, bár élt a törvény adta lehetőséggel,

mégis negatív véleményt alkotott az otthoni főzésről. Tapasztalataik alapján nem lehet ekkora főzőkészüléken minőségi terméket előállítani. Az általuk főzött pálinka, ihatatlan volt, és magas etil-alkoholt tartalmazott. Úgy gondolják, hogy egyéb kitételeket is meg kellene hozni a rendeletben – pl.: szakmai hozzáértést –, vagy növelni a megengedett ürtartalom mennyiségét, és a bejelentési kötelezettséget bevezetni. A pozitívan vélekedő személyek, akik felhagytak a tevékenységgel, azzal indokolták, holott ők nem tudták megfelelően, reális költségen belül előállítani az általuk kívánt terméket, mégis aki ért hozzá, annak legyen törvényes módja tovább folytatni a tevékenységet.

Vizsgálat továbbá kiterjedt arra a kérdésre, miszerint a (45 évnél) fiatalabb, vagy a (45 évnél) idősebb korosztály ért egyet a jogszabály változások liberalizálásával. Az adatokat a 2. táblázatban foglaltuk össze.

**2. táblázat: A megkérdezettek életkorának, és a magánfőzésről való véleményüknek a vizsgálata (n=141)**

		Véleménye szerint, az a lehetőség, hogy engedélyezték a magánszemélyeknek az otthoni pálinkafőzést pozitív, vagy negatív?		Total
		Negatív	Pozitív	
Életkor	18-45	24	14	38
	46-55	18	13	31
	56-65	33	9	42
	65 év felett	17	13	30
Total		92	49	141

Forrás: Forrás: Saját gyűjtésű adatok, SPSS program által összeállított táblázat

A 18 és 45 év közötti 38 fő válaszadó közül 24 személy negatívnak, 14 személy pozitívnak gondolja. A 46–55 közötti korcsoportból 18-an nem értenek egyet a magánfőzéssel, 13-an pedig igen. Az 56–65 év közöttiek esetében a 42 személyből 33 vélekedik negatívan erről. A 65 év felettiek esetében a 30 megkérdezettből 17-en ellene, 13-an mellette vannak a meghozott törvénynek.

Látható, hogy a 45 év alattiak jóval kevesebben vannak, mint az idősebbek, így a tisztán látás érdekében, nézzük százalékos formában a kapott eredményeket! A 45 évnél fiatalabbak 37%-ának pozitív, 63%-ának negatív a meglátása az otthoni főzésről. Az idősebb korosztály esetében hasonló eredményeket kaptunk. 34%-a egyetért, hogy behozták ezt a törvényt, 66%-a pedig ellenkezőleg vélekedik a dologról. Levonható az a következtetés, hogy a szeszfőzőkészülékek magánbirtokban tartásáról az idősebbek és a fiatalabbak is hasonlóan gondolkodnak. Egyik csoport sem preferálja jobban, mint a másik, természetesen a megkérdezettek körében.

Feltettük azt a kérdést a bérfőzetőknek, hogy van-e olyan ismerősük, akik otthon, saját berendezésen főzik ki a cefréjüket. 59% azt mondta, nem ismer ilyen személyt. 36% azaz 51 főzető 1–2 illetőről tudja, hogy magánfőző berendezéssel rendelkezik. 6% 3–5 ilyen tevékenységet végző főt ismer. Egy ember pedig több mint 5 olyan ismerőssel rendelkezik, aki otthon főz pálinkát. Meg kell említenünk -

mivel a megkérdezettek nagy része egy településen él - hogy átfedések is lehetnek. Tehát több válaszadó gondolhatott ugyanarra a személyre. Mivel a kitöltés anonim módon történt, így nem kérhettük meg őket a személyek megjelölésére. Ennek következtében nem tudunk pontos számot adni arról, hányan rendelkeznek otthoni főzőkészülékkel a bérfőzetők ismerősei között.

A továbbiakban megkérdeztük, hogy hány bérfőzetőnek van tudomása olyan személyről, aki bár megpróbálkozott az utóbbi 4 évben az otthonfőzéssel, mégis felhagyott vele. 84%-ának az ismeretségi körében nincs ilyen személy. 22 ember pedig 1–2 főről tud, aki befejezte a legális otthoni párlat előállítását. Tőlük arra is választ kaptunk, miért hagytak fel ezzel a tevékenységgel. A lehetőségek közül legtöbbször (8-an) a gyakorlati tapasztalat hiányát jelölték meg, 6 ember tudomása szerint az, akit ismernek nem volt megelégedve az általa előállított pálinka mennyiségével és minőségével. Öt személy úgy hallotta, hogy aki leállt a főzéssel a magas előállítási költség miatt tette. Három fő úgy értesült, miszerint ismerőse idő hiányában nem folytatta a magánfőzést.

Kérdéseink kiterjedek arra, hogy vajon a bérfőzetők közül, hány személy főztené ki cefréjét, ha az előállított termék mennyisége túllépi a 86 litert – a 0 Ft adófizetési kötelezettség keretét – és a felette keletkező tétel után meg kellene fizetnie az adót. A válaszadók 49%-a kifőztené. Válaszukat azzal indokolták, hogy már 2010 előtt is kifizették az adót, az előállított pálinka után, így természetesen, ha megteremne nekik az a gyümölcsmennyiség, amit pálinkafőzés céljára használnának fel, gondolkodás nélkül vállalnák a rájuk kiszabott adó megfizetését. 51%, tehát 72 fő a nem válasz mellett döntött. Ők azért nem főztenék ki, mert nincs szükségük akkorra mennyiségre, és nem is tudnának vele mit kezdeni. Ezen kívül drágának vélik az adó mértékét, így inkább lemondanának arról a mennyiségről.

Azon személyek közül, akiket befolyásolt a 0 forintos adótétel, 13-an mégis kifőztenék cefréjüket. Ők azért fizetnék ki utána az adót, mert ha már megtermett a gyümölcs nem akarják, hogy kárba vesszen, illetve szerintük, még így is megéri, mert 86 literig nem kell kifizetni. 33 bérfőzető a nemmel válaszol. Egy részük a 0 forintos adófizetési kötelezettség miatt kezdett bele a bérfőzetésbe, mások a 86 litert elegendő mennyiségnek tartják. Harmadrészt olyan választ is kaptunk, hogy azért nem főzetik ki, mert nem szeretnek adót fizetni. 92 személyt nem befolyásolt az adóváltozás. 55-en közülük előállítatná a 86 liter feletti pálinka mennyiséget. 2010 előtt is kifizették, és ha lenne ekkora mennyiségük, ezután is kifizetnék. 37-en viszont nem. A kapott válaszok szerint, nekik is elegendő ez a mennyiség, illetve, ha már 43 hlf-ig nem kell fizetni adót, akkor ők ennyi mennyiségig főztenének.

Az előzőekből levonhatók a következtetések, miszerint a bérfőzetők fele, ha lenne rá lehetősége, kifőztené az adóköteles tételt is. A másik fele, ellenben nem, mivel elég neki az alatta lévő mennyiség, és nem szívesen fizetne adót.

Mi a legfontosabb szempont a bérfőzetők számára a pálinka kifőzésénél? Megkértük a kitöltőket, rangsorolják 1-től 4-es skálán az alábbi szempontokat: a pálinka minősége, a pálinka mennyisége, a pálinka előállítási idejének rövideje, és a 0 forintos adótétel (3. táblázat).

**3. táblázat: A legfontosabb szempont a bérfőzetők számára a pálinka kifőzésénél?**

		Az 1. helyre sorolt	
		fő	%
Szempontok	A pálinka minősége	136	96,5
	A pálinka mennyisége	1	0,7
	Az előállítási idejének rövidecsége	1	0,7
	A 0 Ft-os adótétel	3	2,1
Total		141	100,0

Forrás: saját gyűjtésű adatok

A válaszadók 96,5%-a, tehát 136 ember számára a pálinka minősége a legfontosabb. Egy személynek a mennyiség a leglényegesebb. Egy bérfőzetőnek, azaz első, hogy időben kifőjön pálinkája. Három fő pedig a 0 forintos adótételt helyezte az első helyre. Kérdés nélkül a megállapítás, az hogy a minőséget preferálják elsősorban az emberek.

**4. táblázat: A második legfontosabb szempont a bérfőzetők számára a pálinka kifőzésénél?**

		A 2. helyre sorolt	
		fő	%
Szempontok	A pálinka minősége	4	2,8
	A pálinka mennyisége	49	34,8
	Az előállítási idejének rövidecsége	16	11,3
	A 0 Ft-os adótétel	72	51,1
Total		141	100,0

Forrás: Saját gyűjtésű adatok, SPSS program által összeállított táblázat

A 4. táblázatban látható, melyik szempontot helyezték a 2. helyre. A megkérdezettek fele a nulla forintos adókötelezettséget tette a fontossági sorrend 2. helyére. 49 bérfőzető a második helyre a mennyiséget helyezte. 16 embernek a minőség után az előállítási idő rövidecsége a legszámottevőbb.

Az eredmények arra enged következtetni, hogy a bérfőzetők elsősorban a minőséget részesítik előnyben, majd másodlagosan a nulla forintos adótételt. Véleményük alapján a mennyiség és az előállítási idő rövidecsége e tényezők mellett elhanyagolható. Pár személy megemlítette, hogy számára fontos még a főzde tisztasága, ugyanis jártak olyan helyen, ahol rossz tapasztalatokat szereztek e tekintetben.

Továbbá vizsgáltuk azt az összefüggést is, miszerint akik nem főzetnék ki 43 hlf felett a cefréjüket, hányadik helyre sorolták a 0 Ft-os adótételt. Összesen 72 személy nem főzetnék ki a pálinkáját 43 hlf felett. Több mint a fele, 45 bérfőzető az adótételt a második helyre sorolta, ebből levonható a következtetés, hogy számukra kulcsfontosságú szerepe van a főzetésnél a 0 forintos adókötelezettségnek. (A 3.

táblázatra hivatkozva, egyértelmű hogy a kitöltők számára a pálinka minősége a legmeghatározóbb.) Két válaszadó számára, ez a tényező a legfontosabb. A maradék 25 személy a 3. illetve a 4. helyre sorolta. Indoklásuk az volt, hogy bár lényeges számukra a nulla forintos adótétel – mert nem kívánnak adót fizetni a pálinka után, valamint nem is főzetnék ki az adóköteles mennyiséget – mégis úgy vélik, hogy a többi három válaszlehetőség – a pálinka minősége, mennyisége, és előállítási idejének rövidege – jelentősebb számukra.

#### **4.2. Interjú egy bérsszeszfőzde üzemeltetőjével**

Interjút készítettünk a köröstarcsai és füzesgyarmati bérsszeszfőzde üzemeltetőjével. A véleményét kérdeztük a 2010-ben bevezetett jogszabályváltozásokról, ezen belül az adózási kötelezettségek változásáról, valamint az előállítási jogosultság területén tett engedményről. Ezen kívül rákérdeztem, milyen hatással voltak az említett módosítások a bérsszeszfőzdekre. Az interjú során 15 kérdést tettem fel, melyre készségesen válaszolt.

Molnár Sándor a köröstarcsai bérsszeszfőzdet 2008 óta, még a füzesgyarmati főzdet 2009 óta üzemelteti. A tulajdonossal bérleti szerződéses viszonyban vannak.

Már ezeket az éveket megelőzően, több mint 20 éve főzet pálinkát Köröstarcsán, így ismerte a tulajdonost, valamint a rendszert, de emellett több tényező is befolyásolta, hogy belefogjon ebbe a tevékenységbe. Egyrészt a korábbi munkahelyén az egyik szakfeladata volt a bér- és kereskedelmi szeszfőzdek ellenőrzése és elszámoltatása. Nyugodtan kijelentette, hogy a működésükkel kapcsolatban teljes rálátással rendelkezett már a korábbi években is. Másrészt az általa üzemeltett szeszfőzdek tulajdonosai más területen kezdtek el dolgozni, és a korábbi ismertség révén felajánlották az üzemeltetési lehetőséget számára. Nem utolsósorban az időszakos munkára tekintettel, családjának bevételi forrást jelent.

A kérdőíves vizsgálat során, sok személy úgy vélekedett a pálinkafőzésről, mint egy szakmáról. Az interjú során, rákérdeztünk, hogy az alany is így vélekedik-e. Ő a Vám- és Pénzügyőrségen eltöltött több mint 23 év alatt a szükséges elméleti és gyakorlati tudást megszerezte, emellett a felelős szeszfőzde vezetői tanfolyamot elvégezte, ami nélkül, nem lehet bérsszeszfőzdet üzemeltetni. Véleménye szerint ugyancsak fontos elsajátítani a megfelelő szaktudást a pálinkafőzés és az azt megelőző tevékenységek területén (cefrekészítés), annak érdekében, hogy reális költségek mellett, minőségi terméket állítson elő az ember. Érdeklődtünk az iránt, mi a véleménye, hogy 2010-ben teret engedtek a maximum 100 liter űrtartalmú főzőüst magánbirtokban tartásáról. A törvény meghozatalával egyetért, mert biztosítja a demokráciában, a szabad lehetőséget bárki számára. Ennek ellenére a törvény végrehajtásával kapcsolatos rendeletet, jelenlegi állapotában nem tudja elfogadni, mert nincs bejelentési kötelezettségük a magánfőzőknek (2014 szeptember), a berendezések nincsenek nyilvántartva, így az azokon előállított mennyiség ellenőrzése elmarad. Továbbá kíváncsiak voltunk, mit gondol, mi lehetett az indoka a törvény megalkotásának. Saját véleménye szerint, egyik indok lehet az EU-ba való belépés. Az Unióhoz való csatlakozást követően a magyar jogszabályokat kötelesek kompatibilissé tenni az EU-s tagállamok jogszabályaival.



Tudomása szerint más tagállamokban a nemzeti italnak tekintendő termékeket – példaként említette Írországot, ahol a whisky-t, Németországot, ahol a sört – engedélyezik otthon előállítani. Viszont ezekben az országokban a magánfőzőket ellenőrzés alá vonják, tehát bejelentési kötelezettségük van.

Bár a szakmai tapasztalata meg van hozzá, az interjúalany nem próbálkozott az otthoni főzéssel. Véleménye szerint kis mennyiségben, minőségi pálinkát nem lehet ekkora főzőkészüléken előállítani, valamint a készülék használata a nyert párlat tekintetében nagyon költséges. Jobban megéri számára, ha a szeszfőzdében főzeti ki a kívánt cefrét, és ez által aromásabb, ízletesebb pálinkát kap. Az interjú alany 2 főt ismer, aki 2010 óta, mai napig legalisan főz otthon pálinkát. A kapott visszajelzések szerint, ezeknek az embereknek meg van hozzá a kellő szakmai érzéke, és jó minőségű párlatot állítanak elő. Ugyancsak 2 személyt ismer, akik bár megpróbálkoztak az otthoni magánfőzéssel, de a magas előállítási költség és az alacsonyabb minőségű produktum miatt felhagytak ezzel a tevékenységgel, és inkább a bérszeszfőzdek szolgáltatásait vették újra igénybe. Sok embertől hallotta, hogy vannak, akik a szakmai tudás hiányában hagynak fel a főzéssel, ezen kívül több helyen már balesetet is okozott a tapasztalat hiánya.

A magánfőzésen túl elbeszélgettünk a 2010-ben bevezetett adózási jogszabályról. A 43 hlf-ig megállapított 0 Ft adófizetési kötelezettséget elfogadja, és pozitívnak tartja. Ezen lehetőséget kihasználva több személy juthat, olcsóbb előállítási költség mellett kiváló minőségű termékhez. Az utóbbi éveket nézve, a bérszeszfőzdekben megjelent az a réteg, akik csak a 0 Ft-os adótétel megfizetése mellett tudja maga számára előállítani a családi szükségletet. Megemelkedett a bérfőzetők száma, és megjelent egy olyan igényes fiatal réteg is, aki a gyümölcsből saját maga részére pálinkát állíttat elő. Korábbi tapasztalata alapján, elmondta, hogy 15–20 évvel ezelőtt a pálinkafőzést túlnyomórészt bérfőzés keretében csak az idős korosztály művelte.

Már hetek, hónapok óta foglalkozik a média azzal a kérdéssel, hogy az EU 2011-ben kötelezettségzegési eljárást indított Magyarország ellen a bevezetett törvény miatt (2014 szeptember). Molnár Sándor véleménye szerint magát a törvényt meg kell tartani, ezáltal a legmagasabb jogi szinten biztosítani kell a lehetőséget, hogy bárki otthon állíthasson elő pálinkát. A törvényhez tartozó végrehajtási rendeletet viszont módosítani kell, az előállítási jogosultsággal kapcsolatban bejelentési, nyilvántartási, ellenőrzési és elszámoltatási kötelezettséget kell előírni, magát a készüléket hivatalos zár alatt kell tartani, ezáltal a visszaéléseket el lehet kerülni.

#### ***4.3. Interjú, a kereskedelmi szeszfőzde üzemeltetőivel***

Kutatásunk során szükségszerűnek gondoltuk a témában kellő szakmai tudással és jártassággal rendelkező, nagyüzemben termelő személyek megkérdezését a bevezetett jogszabályokról és azok hatásairól. Egy kereskedelmi főzde üzemeltetőjével, és egy kereskedelmi főzde jövedéki ügyintézőjével vettük fel a kapcsolatot, akik megosztották velünk ismereteiket, tapasztalataikat, véleményüket.

Az egyik interjú alanyunk Tóth János volt a sarkadi Éden-tó szeszfőzde üzemeltetője. A másik megkérdezett, Kindli Péter a Pálinkaszolgáltató Kft. jövedéki ügyintézője volt. Nézőpontjuk hasonló volt, ezért a területi korlátokra hivatkozva jelen tanulmányban csak a Tóth Jánossal folytatott beszélgetés eredményeit közöljük. 17 kérdést állítottunk össze, amelyekre figyelmesen válaszolt. Már 26 éve foglalkozik bérfőzéssel, ennél fogva meg van a kellő tapasztalata, szaktudása a témával kapcsolatban. A kereskedelmi főzést 5 éve üzi.

Azért választotta ezt a szakmát, mert családalapítás folytán szeszfőzde közelébe került, ezáltal megtetszett számára a munka sokszínűsége, változatossága.

A szakmai tudás érdekében elvégezte a felelős szeszfőzde vezetői tanfolyamot, valamint pálinka bírálói tréningekre is járt. Részt vett üzemlátogatásokon, szakmai rendezvényeken, konferenciákon. A bér- és kereskedelmi szeszfőzdében kizárólag hagyományos kisüsti lepárlóberendezést alkalmaz, ugyanis ezt a készüléket preferálja. A beszélgetés során, rákérdeztünk milyen jogszabályváltozások hátráltatták, vagy juttatták előnyhöz a kereskedelmi főzés területén. Egyrészt folyamatosan megnehezíti az üzemeltetést, a jövedéki biztosíték magas összege, a szüntelenül emelkedő jövedéki adó, az ügyintéző, könyvvizsgáló költsége, mindemellett a számítógépes adatszolgáltatás és a nyilvántartások bonyolultsága.

Megemlítette, hogy hátrányosan érintette a házi pálinkafőzés engedélyezése. Miután megengedték a maximum 1 db 100 liter űrtartalmú főzőüst magánbirtokban tartását, valamivel visszaesett a kereskedelemi forgalmú pálinkák értékesített mennyisége, de ezt számszaki adatokkal nem tudta alátámasztani. A bérszeszfőzde szempontjából előnyhöz juttatta a 43 hl-fig bevezetett 0 forint adófizetési kötelezettség, mivel ennek hatására jelentősen megnövekedett a bérfőzetők száma az utóbbi 4 évben, viszont ez a jogszabály ugyancsak negatívan érintette a kereskedelmi főzés esetén. Érdeklődtünk az iránt, hogy véleménye szerint, mi indokolta a jövedéki termékekre vonatkozó adójogszabályok változását. Mivel a magánfőzésben meghatározott mennyiségig adómentessé tették a pálinka főzését, így teljesen korrektnek látja, hogy a bérszeszfőzésre is kiterjesztették. Szóvá tette, hogy a magánfőzés különösebben nem zavarja, meglátása szerint a régióban nagymértékben nem érezhető a bérfőzés területén. Ismerősei között van olyan, aki mai napig legálisan főz otthon pálinkát, viszont jó pár személyről tud, akik az időhiány, a hatalmas energia befektetés, a kétes minőség, és a hozzáértés hiánya miatt felhagyott ezzel a tevékenységgel. Meglátása szerint, pozitívumnak minősül a magánfőzés, a kisebb cefremennyiség szeparált lefőzhetősége miatt, ennek ellenére negatívan vélekedik a bejelentési kötelezettség hiányáról, ugyanis meggyőződése van arról, hogy illegális bérfőző tevékenységet folytatnak. Azzal, hogy engedélyezték az otthonfőzést, ellenőrizhetetlenné vált az előállított mennyiség, így az esetlegesen megmaradt, fenntartott jövedéki adó beszédhetetlenné vált. Az interjúalany elmondta, hogy megfelelő szakértelemmel és technológiai rendszeren, minden további nélkül elő lehet állítani jó minőségű pálinkát. Tóth János elve szerint, a pálinkafőzés nemhogy egy szakma, egy életforma is.

#### **4.4. Magánfőzőkkel készített interjú**

Kutatásunk kiterjedt azon személyekre, akik éltek azzal a lehetőséggel, hogy otthon főzzenek pálinkát. Személyes megkeresés után ketten vállalták, hogy válaszolnak kérdéseinkre, de azon feltétel mellett, hogy nem közölhetjük nevüket a tanulmányban, így az anonimitást biztosítottuk számukra. Már a magánfőzéssel felhagyott személlyel, valamint egy mai napig otthon főzővel beszélgettünk a 2010-ben bevezetett jogszabályváltozásokról és az általuk szerzett tapasztalatokról.

##### *4.4.1. A magánfőzéssel már felhagyott illető válaszai*

Az interjú során, szintén 17 kérdést tettünk fel a volt magánfőzőnek. Még 2010 előtt, néhány évben, amikor a termés engedte, kivitte cefréjét a bérszeszfőzdébe.

Fiatalabb korában nem foglalkozott ilyesmivel, csak 40 éves kora után kezdett érdeklődni a pálinkafőzés iránt. Ebben az évben nem főzette ki cefréjét, mert kis mennyiség jött össze, valamint állagát tekintve, meglehetősen „leveses” volt. Azért döntött 2010-ben úgy, hogy megpróbálkozik az otthoni párlat előállításával, mert érzett annyi tehetséget magában, hogy elkészítsen egy otthoni lepárlókészüléket, és azon keresztül pálinkát állítson elő. A berendezést saját maga állította össze, amelynek minden része réz alapanyagú. Két rézüst van összefordítva, az egyik 50 literes, a másik 30 liter űrtartalmú. Keverőtárcsa nélküli, emiatt csak levét tudott lefőzni. Mivel saját, otthoni készítésű géppel kívánta előállítani a párlatot, jogkövető emberként, kötelességének érezte bejelenteni készülékét a Nemzeti Adó- és Vámhivatalhoz. A kérvényben lerajzolta a berendezés minden részét, műszaki rajzot, képet készített róla, valamint részletesen leírta, milyen alapanyagokat használt fel hozzá. A kérelem benyújtása után, megkapta az engedélyt a NAV-tól, hogy otthon főzhessen. Érdeklődtünk aziránt, hogy elvégzett-e valamilyen iskolát, vagy tanfolyamot a témával kapcsolatban. Az interjúalany nem vett részt semmilyen képzésen, az elméleti tudást, és a gyakorlati tapasztalatot könyvből, internetről közeli, távoli ismerősöktől tanulta el. A könyv, valamint az internetes oldalak címére már nem emlékezett, a személyes forrásainak nevét pedig nem kívánta közölni. Rákérdeztünk, milyen alapanyagból főzött általában otthon pálinkát. Többnyire különféle gyümölccsel próbálkozott, mivel azzal kísérletezett, melyikből lenne a legjobb párlat, valamint annak is a függvénye volt, hogy éppen mikor, és mi termett meg a kertjében. Az egyik nyáron eperből és cseresznyéből is igyekezett színvonalas párlatot készíteni, ősszel, szilvával és körtével is megpróbálkozott. A minőséget helyezte előtérbe, nem pedig a mennyiséget.

Meggyőződése arról, hogy jó pálinkát, csak jó cefréből lehet előállítani, így nagy figyelmet fordított a cefrézés lezajlására. Említettük neki, hogy a kérdőív kitöltők véleménye szerint, a magánfőző berendezések robbanásveszélyesek. Az érintett elmondta, miszerint az ő berendezése közvetlen tüzelésű, így ebben az esetben nem áll fenn a robbanás esélye. A duplafalú, gőzzel melegített üstöknel történhet ilyen eset, mivel azok nyomás alatt vannak. Tehát, ha a magánfőző a biztonságosabb, közvetlen tüzelésű lepárló berendezést alkalmazza, nem kell tartania a robbanástól. Az interjúztatás során eljutottunk ahhoz a kérdéshez, hogy

miért hagyott fel az otthoni főzéssel. Egyrészt saját tapasztalata alapján, egyértelműen kijelentette, hogy nem tudta azt a minőséget produkálni, amit nagy tételben a bérsszeszfőzdében előállítanak. Másrészt a költségek magasak voltak az előállított termék mennyiségéhez képest, ezen kívül tetemes időt fordított rá, hogy az elvárt színvonalat megüsse. Ezen tényezők figyelembe vételével, úgy döntött, inkább felhagy ezzel a tevékenységgel. Meglátása szerint a törvény meghozatala pozitív, ugyanis akinek van ideje, szakmai tapasztalata, gyakorlata, megfelelő berendezése, az nyugodtan csinálja. Jó pár embert ismer, akik otthon főznek, de meglátása és tájékozottsága szerint, az ismerős magánfőzők gyári gépeik rosszabb minőségű párlatot állítanak elő, mint az általa használt saját készítésű lepárló berendezés. Tudomása szerint, ezek a személyek azért nem adják fel, mert a befektetett pénzösszeget, amit a készülékre költöttek, nem akarják kárba veszni.

#### 4.4.2. *Magánfőzéssel még foglalkozó személy interjúja*

A következő interjúalany 2010 óta foglalkozik magánfőzéssel. Az anonimitást számára is biztosítani kellett. Az interjú során 16 kérdést tettünk fel neki. Az interjúalany azért döntött az otthoni főzés mellett, mert korábban a bérfőzés keretében előállított pálinka mennyiségével és minőségével nem volt megelégedve, így a bevezetett jogszabályváltozással lehetősége nyílt arra, hogy elsajátítsa az elméleti tudást és gyakorlati tapasztalatokat szerezzen ezen a téren. Egyrészt szabadidős tevékenységként kezdte el magánfőzést, másrészt elmondása szerint mindig is érdeklődött ez iránt a téma iránt. Nem járt pálinkafőzéssel kapcsolatos tanfolyamra, nem vett részt hasonló képzésen, viszont jövőbeli tevékenységében szerepel egy hivatalos papír megszerzése. Internetről, ismerőseiktől tanulta meg a tevékenységet. Jelenleg egy gyárilag vásárolt egylépcsős főzőkészüléke van. Nem bízik az otthon készített lepárló berendezésekben, ezért döntött úgy, nagyobb értékben vásárol egy biztonságosabb készüléket. A beszélgetés során megemlítettük neki, hogy sok bérfőzető azon a véleményen van, miszerint ezek a gépek robbanásveszélyesek. Meglátása szerint nem jelent kockázatot, ha megfelelő odafigyeléssel, és hozzáértéssel kezelik. Hallott ő is arról az esetről, mikor felrobbant valaki berendezése, de véleménye szerint a figyelmetlenség okozta.

Rákérdeztünk, hogy milyen gyümölcsökből állított már elő pálinkát. Számára az a fontos, hogy minél jobb, aromásabb párlatot kapjon, így sokféle gyümölccsel próbálkozott. Már főzött szilvát, szőlőt, törkölyt, körtét, barackot, kökényt, birsalmát, almát, csipkebogyót, meggyet. Meggyőződése, hogy egy otthoni készüléken is lehet ugyanolyan minőségű pálinkát lefőzni, sőt akár jobbat is, viszont ennek elengedhetetlen feltétele a szakmai tudás. Álláspontja szerint, jobban megéri, ha otthon főz, ugyanis kisebb üstje van, mint az átlag bérfőzdékben, így kisebb mennyiséget tud kifőzni, valamint nem kell más cefréjével összeönteni. Időnként volt rá példa, hogy költségesebb volt az előállítás, mintha kivitte volna a szeszfőzdébe, ellenben ez nem volt számára befolyásoló tényező. Az interjúalany a 2010-ben bevezetett jogszabályt teljes mértékben pozitívnak véli, és a jövőben is otthon kívánja kifőzni cefréjét. Elmondta viszont, hogy tart attól, hogy ebben a

formában nem maradnak szabályok (2014 szeptember). Ha a jövőben a magánfőzőket is ellenőrzés alá vonják, nem hagyja fel a tevékenységgel, és saját készülékét bejelenteni a NAV-hoz. Elmondása szerint a befektetett pénzbeli ráfordítások túl magasak ahhoz, hogy egyszerűen felhagyjon vele. Végezetül megkérdeztük, hogy véleménye szerint a pálinkafőzés szakmának minősül-e. Egyes esetekben a pálinkafőzést szakmának nevezné, ahol olyan méretű és pontosságú leparló-készülékek vannak, amelyekhez magas szintű hozzáértés szükséges.

## **5. Összegzés**

Az eddigi kutatásunk során kapott információkból azt a következtetést vonhatjuk le, hogy a jogszabályváltozások következtében pozitívumok és negatívumok is megállapíthatók. A hipotézisek vizsgálata:

- 1.) A korábbi évekhez viszonyítva a jó minőségű gyümölcsből készült pálinka előállítása iránti kedv tradicionálisan megváltozott a 0 forintos adótétel figyelembevételével. Tehát ez a megállapítás igaznak minősült.
- 2.) Negatívumként tudjuk megállapítani, hogy a magánszeszfőzdekben alkalmazott szeszfőző berendezések, és az azokon előállított pálinka költsége magas, és nem minden esetben elégítik ki a főzők által elvárt minőségnek. Ezen kívül számszeri adatokat nem tudunk felmutatni amellet a megállapítás mellett, hogy az otthoni pálinkafőző készülékek száma milyen mértékben nőtt meg, mivel erről hivatalos nyilvántartás még nincsen (2014 szeptember).
- 3.) A szakmai tudás, a magas költségek és a nem megfelelő minőségű pálinka miatt az otthonfőzetők kedve alábbhagyott. Ez a feltételezésünk beigazolódott.
- 4.) A bérfőzetők nem főzetnék ki cefréjüket, ha az meghaladná a 43 hlf-ot, és utána adót kellene fizetni. Ez a hipotézisünk nem igazolódott be teljes mértéig, ugyanis a válaszadók csupán 51%-a nem főzetné ki a fent említett esetben a cefréjét, a megkérdezettek 49%-a viszont igen.
- 5.) A következő hipotézisünk, miszerint a bérsheszzfőzde szolgáltatását leginkább az idősebb, 45 év feletti bérsheszfőzetők veszik igénybe, beigazolódott. A megkérdezettek 73%-a tartozott ebbe a korosztályba.

## **Irodalomjegyzék**

- Balázs G. (1998): *A magyar pálinka*. Aula Kiadó, Budapest.
- Balázs G. (2004): *Pálinka a hungarikum*. Állami Nyomda Rt. Kiadó, Budapest.
- Békési Z., Csarnai E. (2010): *Házi pálinkafőzés*. Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- Békési Z., Pándi F. (2005): *Pálinkafőzés*. Mezőgazda Kiadó, Budapest.
- Gál J. (2003): *A környezeti piac közép- és kelet-európai trendjei*. Disszertáció /PhD/ BMGE, Budapest.
- Gál J. (2008): *A vörshagyma vizsgálatának néhány érdekessége és hatása Makóra*. 50. Jubileumi Georgikon Napok Konferencia, Keszthely, 2008.09.25–26. konferencia cd
- Horváth Gy. (2004): *A kérdőíves módszer*. Műszaki könyvkiadó, Budapest.

- Illés S. (2007) Polgármesteri szemmel a turizmusról és a migrációról. *Comitatus*, 17 (10), 50–66.  
net.jogtar.hu <[http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0300127.TV](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0300127.TV)> (2014.09.10.)  
net.jogtar.hu <[http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy\\_doc.cgi?docid=A0400008.PM](http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A0400008.PM)> (2014.09.10.)  
Panyik G.-né (2013): *Ágyas pálinka és likőr készítése*. Cser Kiadó, Budapest.  
Szabó S.-né (2012): *Gyümölcspálinka-főzés*. FVM Vidékfejlesztési és Szaktanácsadási Intézet, Budapest.

## **A TÁPLÁLKOZÁS AKTUÁLIS ÖSSZEFÜGGÉSEIRŐL: TÖRTÉNET, EGÉSZSÉG, FENNTARTHATÓSÁG**

Simonyi Péter

**Absztrakt:** A cikk az élelmiszerfogyasztás, táplálkozás, egészség és a fenntarthatóság összefüggéseit vizsgálja. A fenntartható fejlődés (fenntarthatóság) vitatottsága ellenére az ENSZ szintjén tárgyalt, világszerte kutatott terület a létező és fenyegető globális problémák megoldása érdekében. A létszükségletet jelentő élelmiszer ellátás, a népesség étellel ellátása hosszú távon csak a fenntarthatóságnak megfelelő megoldással biztosítható. Az élelmiszerfogyasztásnak, az egészséges táplálkozásnak és a fenntarthatósági elvárásoknak egymásnak meg kell felelniük. Egyre bizonyosabb, hogy a történelmi múltban gyökerező táplálkozás ma is hatással van az egészséges étkezésre, azaz a – cikkben megismerhető – paleolit kori táplálkozás nem csak az ember fejlődésére, hanem a mai élelmiszerfogyasztásra is hatással van. A megválaszolandó kérdés az, hogy ez az egészséges táplálkozás pozitív összefüggésben van-e a fenntarthatósággal?

**Abstract:** Interrelations among food consumption, nutrition, health and sustainability are examined in the article. Sustainable development or sustainability, although its existence is argued, is issue of the United Nations and research field to find solutions to solve global problems in many countries in the world. Food supply is a vital need so to comply with it for long time period can only be on way of sustainability. Food consumption, healthy diet and expectation of sustainable development should be in coherence to each other. Day by day it is on a more stable that nutrition in paleolithic times has effect on healthy food consumption. Thus eating in paleolithic era, written about in the article, had effected not only on development of man but on food consumption of our days. The main question is healthy diet is in positive correlation to sustainability, is it true?

**Kulcsszavak:** fenntartható fejlődés, fenntarthatóság, táplálkozás, táplálkozás történet, egészség, paleo diéta, holisztikus szemlélet

**Keywords:** sustainable development, sustainability, nutrition, history of nutrition, health, paleo-diet, holistic approach

### **1. Bevezetés**

Korunkban a „korlátlan növekedés helyébe” a Föld korlátosságának felismerése a fenntarthatóság, a fenntartható fejlődés gondolatához vezetett (Vida, 2009, 2011; Brundtland, 1987). Az e dolgozatban szinonimaként használt fenntartható fejlődés és fenntarthatóság kifejezések ma már mindennapossá és egyben divatszavakká váltak. Sokszor olyan esetekben is alkalmazzák, amikor a hivatkozott terület, folyamat nem felel meg a fenntarthatóság lényegének: a jövő generációk szükségleteire tekintettel kell megvalósítani a mai társadalom fenntartását, a fejlődést (ami – egyszerűsítve – nem azonos a növekedéssel).

Aligha vitatható, hogy a fenntarthatóságot a gazdasági és társadalmi élet minden területén meg kell valósítani, így az élelmiszerfogyasztás területén is. A három esszenciális (létezési) szükséglet (levegő, víz, táplálék; Simonyi, 2012) megfeleltethetők a Maslow-i fiziológiai szükségleteknek (Maslow, 1943, 1954), de nem azonosak a biológiai szükségletekkel (alvás, meleg, etc.). Az étellel nélkülözhető a leghosszabb ideig az esszenciális szükségletek közül (Janiszewski,

2011; Liebersson, 2004). Az élelem jelentősége azért kiemelkedő, mert az ételmisszerellátás biztosítása gyakorlatilag társadalombiztonsági kérdés.

A fenntarthatóság szempontjából alapvető felvetés, hogy fenntarthatóság követelménye hogyan viszonyul az egészséges táplálkozáshoz? Ugyanis, ha azzal ellentétben, akkor igen nagy dilemma, feladat elé állítja az emberiséget. Ennek megállapításához elengedhetetlen annak kutatása, hogy milyen fenntarthatósági kritériumokat állíthatunk fel? Az egészséges táplálkozás vizsgálatához viszont érdemes áttekinteni a táplálkozás történetét, hiszen emberi lényünk genetikailag ma is „ősember”, alig tudott még alkalmazkodni a 10 000 éve megjelent növénytermesztéshez, még kevésbé a ma robbanásszerűen változó táplálkozási szokásokhoz. Nyilvánvaló, hogy e cikk csak rövid bevezetés, probléma felvetés, hiszen a kérdés alapos vizsgálata bizonyos táplálkozástudományi, viselkedéstani és más ismeretek elsajátítását, mélyebb bemutatását igényli.

## **2. A kutatás módszertanáról**

### **2.1. Kutatási módszerek**

A fenntartható fejlődést szolgáló, fenntarthatósági vizsgálatok, különösen, ha nagyobb területet ölelnek fel, kifejezetten igénylik a holisztikus szemléletet. Ez azt jelenti, hogy a kutatás igyekezzen teljes körű probléma feltárára, legalább az összefüggérendszer felvillantására. A folyamatok, jelenségek megismerése, javaslatok kidolgozására során törekedjen a környezet (természet), társadalom, gazdaság terére kitérni. Hiszen a felvázolt „kiút” a fenntarthatóság megvalósítása a gazdasági térben történik, a társadalom tagjainak részvételével.

Ennek útja az analízis/szintetizáló módszer alkalmazására, meghatározóan az igen széles körű szakirodalomra alapozva, az elméleti jellegű kutatásokhoz hasonlóan.

A téma átfogó jellege miatt igen fontos a releváns irodalom kiválasztása, hiszen a fenntarthatóság témájába vágó szakirodalom a leggyorsabban növekvő területek közé tartozik, aligha fogható át teljességgel. Különösen, ha a holisztikus szemlélet van a fókuszban.

### **2.2. A kutatási terület, fogalmi lehatárolás**

A tanulmány három szempontot helyez fókuszába. Az egyik a fenntarthatóság, a másik az egészség, és ehhez kapcsolódóan az ételmisszerfogyasztás. Különösen hangsúlyosan kell kezelni azokat a korlátokat, melyek a vizsgálatok pontos értékelését biztosítják.

Számos terület nem kerül itt bemutatásra, mint példaként a fogyasztás korszecifikus jellemzői, területi vonásai (Zsótér, 2007a), ennek fenntarthatósági vonatkozásai (Zsótér, 2007b), a fogyasztói attitűd jellemzői, melyek azért jelentős tényezők (Illés és Végh, 2010; Végh és Illés, 2011), az összefüggés láncolatok (Zsótér, 2006), valamint az ételmisszeripari vállalatok jelentősége sem (Zsótér és Császár, 2013).



A dolgozatban az élelmiszer fogalma a már valami módon kezelt, átalakított, csomagolt ételmet jelenti (tágabb értelemben minden elfogyasztott táplálék). Velük kerülnek a szervezetbe a szükséges tápanyagok.

### **3. A táplálkozás története, a változások jelentősége, paleolit táplálkozás**

Az emberi táplálkozás múltjának, e folyamat hatásainak megismerése nemcsak a fenntarthatóság szemszögéből fontos. A fejlett társadalmakban a táplálkozás a fogyasztás egyik szegmense lett, a piac része, melyet időről időre divathullámok "lódítanak meg". Napjaink fő divatjává az egészséges (bio, öko) és a paleolit táplálkozás vált. Az indítékok jogosak, az emberek el kívánják kerülni a betegségeket, hosszabban szeretnének élni. Ezért érdemes rátekinteni a paleolit kori táplálkozásra, ennek jelentőségére.

Az emberi táplálkozást maga a létezés, a fiziológiai fennmaradás igényli. A táplálék fogyasztása vissza is hat az emberre. Az újabb kutatások a táplálkozás és az ember fejlődésében összefüggést látnak. Az tény, hogy az ember táplálkozásával is képes alkalmazkodni a környezetéhez. Így változhat a táplálék típusa, de az ember stabil genetikai adottságai miatt nem képes az extrém, túlzottan gyors változásokra reagálni. A ma reakciói a múltban gyökereznek.

#### **3.1. Ősi típusú táplálkozás a mai törzsi társadalmakban**

Az ősi táplálkozás kutatásának egyik lehetősége az ősi életmódot folytató emberek élelem fogyasztásának vizsgálata. E törzsek, csoportok élelemforrásai sokkal összetettebb képet mutatnak, mint elsőre várható lenne. Az ember európai szemmel megdöbbentően szélsőséges táplálkozási lehetőségekhez tudott alkalmazkodni (Gibbons és Paley, 2014). Olyan étrendhez, ami a fejlett országok táplálkozástudománya szerint egészségtelen.

Szélsőséges, ellentétes példaként említhető, hogy a Szibériában élő jakutok, evenkik, akik igen nagy mennyiségű vörös húst (rénszarvashúst) esznek, ellenben az indiai dzsainisták vegetáriánusok. Az inuitok (eszkimók) hagyományos táplálkozásának 99%-a foka, hal, cethús, miközben a Nicobar-szigeti nokmánik állati fehérje döntően rovar. A Malajziában élő bedzsók – a maniókát kivéve – minden tápláléka a tengerből származik. A tanzániai hazák, akik az utolsó gyűjtögető, halász-vadász népek közé tartoznak, 70%-ban növényi eredetű ételmet fogyasztanak. Állati táplálékhoz jutás ünnep a sikeres vadászat után. Szűkös időkben a heti hús mennyisége fél kilogrammra is csökkenhet az őseinkhez hasonlítható életmódot folytató embereknél még napjainkban is.

A dél-amerikai őserdei indiánok egy része már természet növényeket, mégis a táplálékuk összetétele – állati termék, növényi termék arány – a gyűjtögető, halász-vadász népekéhez áll közel.

Ebből levonható, hogy az ember igen eltérő táplálékforráson tud létezni, tud hasznosítani, metabolizmusra képes ehhez alkalmazkodni. E képesség el is veszíthető. Igazolja a változásokat, hogy azok a népek, amelyek nem foglalkoztak

szarvasmarha tenyésztéssel, nem tudják lebontani a laktózt (kínaiak, thaiok). Ezek az alkalmazkodások időt igénylő folyamatok.

### **3.2. Táplálkozás-történet, emberfejlődés**

Az emberi táplálkozás története úgy 2,5 millió éves, a paleolitban kezdődött (Ungar és Teaford, 2002). A változások jellemzője, hogy egyre gyorsuló alkalmazkodás lenne szükséges.

A legújabb kutatások szerint a táplálékok változása, a hús szerepének megváltozása az emberi étkezésben fejlődéstörténeti szempontból is érdekes felvetéseket adott. L. Aiello és p. Wheeler antropológusok (1995, 1997) szerint az emberi agy fejlődésében jelentős szerepet játszott a húsevés. A csimpánzok és a bonobók étrendjének 95%-a növényi eredetű táplálék (Ungar és Teaford, 2002). A nagyjából 2 millió éve indult fejlődési folyamat eredménye az lett, hogy a húsevésre "áttérő" *Homo erectus* a hús táplálékból kisebb energia ráfordítással tudott ugyanannyi hasznosítható energiát nyerni, mint a rivális növényevő főemlősök. (A kevesebb növényi rost rövidülő béltraktust igényelt, rövidült az emésztési idő.) A felszabaduló energiát az agy tudta hasznosítani. Ma már az emberi agy a nyugalmi energiafogyasztás 1/5-ét fogyasztja el, két és félszer annyit, mint az emberszabású majmok esetén (Gibbons és Paley, 2014).

A táplálkozásban, energiahasznosításban még két nagy lépcső zajlott le a *Homo sapiens* kialakulása során.

A második - Richard Wrangham (2009) főemlős kutató szerint a húsevésnél is jelentősebb lépcső a tűz használat, a főzés felfedezése volt (1,8 millió-400 ezer éve). Az első „előkészített” (feldarabolt, puhított, gyakorlatilag előemésztett) ételek („első gyorsételek”) azt tették lehetővé, hogy kevesebb energia fordítódjon a táplálék feldolgozására, így más biológiai funkciók energiaellátására több lehetőség nyílt. A főtt, feldolgozott étel fogyasztásának van káros oldala is, a súlygyarapodás, elhízás, melyet egérkísérletekkel igazoltak (Gibbons és Paley, 2014). Ez akkor következik be, ha más biológiai funkció nem tudja elhasználni a rendelkezésre álló többlet energiát. Az ételkészítés táplálék feldolgozást könnyítő funkciója jó látszik azokban a fiziológiai jegyekben, amelyek a ma emberét jellemzik. A kisebb álkapocs, arckoponya, a csökkent méretű és számú fogak jól jelzik, hogy lényegesen kevesebb energia kell a mai táplálék elsődleges feldolgozásához.

A harmadik forradalom a földművelés megjelenése volt. A 10 000 éve kezdődött földművelés (Tóth, 2002) igen jelentős változást hozott. A társadalmak kialakulásához vezető mezőgazdaság C. S. Larsen antropológus (1995) szerint egy kevésbé egészséges táplálkozási módot, kisebb változatosságot jelentett. Bár a biztos táplálék gyors népességnövekedést, a vadászó-gyűjtögető életmódhoz képest nagyobb táplálék mennyiségi biztonságot hozott magával. A gyengébb minőségű táplálkozás olyan betegségek felbukkanását hozta magával, amelyek korábban közel ismeretlenek voltak (fog- és ínybetegségek, vashiány). Emiatt a mezőgazdasággal foglalkozók testi fejlődése megváltozott, testméretük csökkent. Ezzel szemben – a táplálék biztonság miatt – az átlagos születések közötti idő lerövidült. A vadász-halász-gyűjtögető népeknél tapasztalt 3,5 évenkénti szülés

helyett 2,5 évente született gyermek (Gibbons és Paley, 2014). Ezért a földművelő népesség létszáma idővel meghaladta a vadász-gyűjtögető népeket.

A húsfogyasztás jelentőségét egyes antropológusok kulcsfontosságúnak tartják az emberi agy fejlődésében, az emberré válásban. Az ételkészítés és a földművelés megjelenése viszont „túl gyorsan” zajlott le, az ehhez való teljes alkalmazkodás még nem alakult ki.

A fenntartható fejlődés perspektívájából nem újdonság, hogy döntően megvalósult a fenntarthatóság az emberiség kezdeti történelme során. A fejlődés azonban más kihívásokkal és növekvő környezeti kihívásokkal járt, egyes összeomló civilizációk igazolják a fenntarthatatlanság lokális megjelenését (Húsvét-sziget civilizációja).

## **4. Az egészséges táplálkozás**

### **4.1. Az egészségben töltött életév**

A ma élő emberek számára egyre nagyobb jelentőséggel bír az egészség megőrzése. Már nem csak a várható élettartamnak van jelentősége, hanem inkább az egészségben töltött életévek számának. Az EU-ban 2005 óta mért értékek, bár hazánk tekintetében jelentős javulást mutatnak a legújabb adatok (2012) szerint, mégis a nőknél a 60,5, a férfiaknál az 59,2 év az EU tagok körében a 20. helyet jelenti. A régiók szintjén igen nagyok a különbségek, a férfiak esetén 8, a nők esetén 10 év az Észak-Álfdöld lemaradása Közép-Magyarországhoz, illetve Nyugat-Magyarországhoz képest a KSH adatai szerint (portfolio.hu 2015). Az egészségben töltött életévek egyik kulcsa a táplálkozás, amely közismert, de nem súlyának megfelelően kezelt.

### **4.2. A táplálkozás fő elemei**

A táplálkozásnak számos összetevője van, ennek két oldalára térünk ki, melyek különösen jelentősek. Az energiatartalomra, a fő tápanyagok összetevőire és az ezekkel kapcsolatos legfontosabb egészségügyi vonatkozásokra.

Általában a táplálékok energetikai (mennyiségi) és minőségi szempontból lényegesek. Az energiatartalom, összetétel tekintetében a mai előírások alapján számos adatot, információt tüntetnek fel az élelmiszereken. Az élelmiszerjelölési előírások<sup>2</sup> jogi szabályozáson alapulnak (élelmiszerlanc.kormany.hu).

#### **4.2.1. A táplálkozás energiatartalma**

A mai táplálkozás egyik fő problémája a magasabb színvonalon élők, fejlett országok körében a túlzott energiabevitel a szervezet napi energiafelhasználásához képest.

---

<sup>2</sup> A tápértékjelölés 2016-12-13-tól az EU-ban kötelező; 1169/2011/EU rendelet. (<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:HU:PDF>); hatályos hazai előírás: 1-1-90/496 MÉ ([http://www.omgk.hu/Mekv/1/1190496\\_2009.pdf](http://www.omgk.hu/Mekv/1/1190496_2009.pdf))

Egy átlagos felnőtt szervezet biokémiai folyamatainak, működésének biztosításához szükséges energiamennyiség, az alap-energiaforgalom, 8 000 kJ/nap (Dudás, 2000). Átlagos ülő munka ezt 2 000 kJ/nap értékkel megnöveli, de intenzív fizikai munka 13 000 kJ-lal nagyobb energiaigénnyel járhat. Az INBA alapérték (2 000 kcal/fő/nap) ténylegesen a nőkre vonatkozik, férfiak esetén ennél 25%-kal magasabb értékkel kellene számolni. (Mivel azonban a gyakorlatban a napi élelemfogyasztás mindig magasabb, ezért kisebb az alap-viszonyítási érték.)

A túlzott energiabevitel az életszínvonallal együtt nő, közismert tény a BMI-index alapján mért túlsúlyosok és elhízottak arányának növekedése elsősorban a fejlett országokban, a magasabb életszínvonalon élők körében.

A túlsúlyosak, elhízottak (túltápláltak) számának emelkedése már az ezredfordulón döbbenetes mértéket mutatott. 1993–2003 között az *1. táblázatban* közölt országokban – Németország kivételével – 21–53% közötti mértékben nőtt arányuk (előbbi Olaszország, utóbbi Nagy-Britannia). Az egyes országokban azonban a növekedés erősen eltérő népességen belüli arányt takart az időszak végén (*1. táblázat* – Balogh és Baló, 2007).

**1. táblázat: A túltápláltak aránya egyes fejlett országokban (2003)**

Ország	Túlsúlyosak, elhízottak aránya a népességen belül (%)
Japán	3,2
Olaszország	8,5
Franciaország	9,4
Németország	12,9
Spanyolország	13,1
Nagy-Britannia	23,0
USA	31,0

Forrás: Balogh és Baló (2007) alapján

A legmagasabb arányok azonban óceániai szigetállamokban vannak, ahol az időszakos történelmi éhezések miatt folyamatos a túlzott energiabevitel és emiatt a súlyos mértékű elhízás.

Magyarországon egy közeli felmérés szerint az elmúlt 4 évben nem változott lényegesen a túltápláltak aránya, de alapvetően magas. A normális 20,1–25,0 BMI indexhez képest a magyar átlag BMI 26,26 volt 2012-ben (1 002 megkérdezett). A reprezentatív minták alapján a 18+ lakosság 52–54%-a túlsúlyos vagy elhízott (webbeteg, 2013).

#### 4.2.2. A táplálkozás fő összetevői

A legújabb táplálkozási kutatások eredményei alapján az energiaforrást biztosító táplálékok alap-összetétele sem változott az utóbbi időben, viszont lényegesen eltér a paleolit táplálkozástól (2. táblázat).

2. táblázat: A késő paleolit és ma ajánlott étrendek energiaforrás összetétele

Energia (%)	Késő paleolit étrend*	Mai ajánlott étrend*	WHO tápanyag célok**	Szakirodalom alapján
Szénhidrát	35	58	55-57	55
Fehérje	30	12	10-15	15
Zsír	35	30	15-30	30

Forrás: \*Paleo-diéta, 2013; \*\*Fekete, 2010; Vidéki 2005; orvosilexikon, 2012, alapján

A fő összetevők tekintetében az ősi közel kiegyenlített energiabevitel szénhidrát központúvá vált, ami az életmód igényeivel, valamint az energiabevitel mennyiségi változásával is összefügg. A probléma azonban nem igazán ezzel, hanem az egyes összetevők élelem forrásával van. A túlzott (vörös)hús, a szénhidrátan belül a finomított cukor igen magas mértéke, a telített zsírsavak nagy aránya egyenesen vezet súlyos, könnyen korai halálhoz vivő visszafordíthatatlan folyamatokhoz. A magas koleszterin szint, elhízás, ebből következő cardiovascularis, II-es típusú cukorbetegségek (Csányi és Miklósi (szerk.), 2010) hozzájárulnak ahhoz, hogy rohamosan megnőtt a táplálkozás okozta vagy annak hozzájárulásával bekövetkezett halálozások száma. Különösen figyelemre méltó a cukorbetegség számának világszerte gyors növekedése.

#### 4.3. Alternatív táplálkozási irányok (divatok)

Egyre több valós vagy vélt ismeret válik nyilvánossá az iparszerű mezőgazdasági termelés, élelmiszer-előállítás egészséget károsító hatásairól. Ellenreakcióként a mai intenzív és kemikália, vegyi és egyéb anyag igényes élelmiszertermelés által előállított élelmiszereknek több, részben hagyományos irány vált egyre népszerűbbé az egészséges táplálkozás érdekében. A hagyományokkal bíró vegetáriánus étrend mellett megjelent a bio-, öko-táplálkozás, újabban pedig az ősidőkre, a genetikai gyökereinkre mutató paleolit-táplálkozás. Sajnálatosan a mai irányzatok jó része (a fogyókúra is) divat, üzlet lett, így több esetben téves alapokra épül a nem megfelelő szakemberre építő táplálkozás.

##### 4.3.1. Paleolit táplálkozás

Napjaink – részben jogos – legújabb divatja az őskori táplálkozásra való visszatérés, melybe egyre több ember helyezi reményét.

A divatos paleolit (kőkorszaki) táplálkozás elve alapján őseink energiáját jórészt a hús (vadhús) biztosította, ezért L. Cordain (2011), táplálkozás-fejlődéstani

kutató szerint sok sovány húst, halat kell fogyasztanunk tejtermékek, hüvelyesek, gabonamagvak helyett. A mai népek táplálkozásának kutatásaira építő eredményét, és néhány más téveszmét sok táplálkozástörténettel foglalkozó antropológus is cáfolja (Ungar és Aiello, idézi Gibbons és Paley, 2014). Ugyanis csak a Föld legszélsőségesebb területeire kiszoruló népcsoportoknál alakult ki a közel kizárólagos húsfogyasztás. A vadászó-halászó-gyűjtögető életmód során őseink táplálkozását az igen változatos, erősen a növényekre, sok rostos növényre, magvakra, gyümölcsökre, mézre épült, és időszakonkénti (sikeres vadászat esetén) húsfogyasztás jellemezte. A túlzottan húsrá épülő fogyasztást a dietetikusok, belgyógyászok alapvetően egyértelműen elutasítják (webbeteg, 2014).

#### ***4.4. Az egészséges táplálkozás fő jellemzői***

Az egészséges táplálkozás fő jellemzői közel vannak a paleolit kor táplálkozásához. Ma élő természeti népek mindaddig nem szenvednek a civilizációs betegségekből, amíg át nem térnek a fejlett civilizáció étkezési kultúrájára, életmódjára.

Azonban figyelembe kell venni a mai ember életmódjában bekövetkezett változásokat. Egyértelmű, hogy a gyümölcsökre, zöldségekre (nyers, közel nyers állapotban), cukormentes, rostgazdag, eléggé hús szegény, de halban bővebb étkezés, magvakkal, teljes kiőrlésű gabona termékekkel szolgálja az egészséges táplálkozást. Az adalékanyag, vegyszer(maradék) mentesség, azaz a bio-, öko termékek is helyes irányt mutatnak. Sok esetben a kisebb szintű feldolgozottság is az egészségesebb táplálék kulcsa. Fontos jellemző elemek még a változatosság és a mértékletesség.

Azt nem szabad figyelmen kívül hagyni, hogy a mennyiségi elem is hasonló jelentőséggel bír. Az egészségügyi problémák másik forrása, a mozgás hiánya; a megfelelő sportolással töltött idő, hasonló fontosságú a táplálkozással. A mozgás is töredékére redukálódott a paleolit ősemberéhez képest.

### **5. Fenntarthatóság és táplálkozás**

A fenntarthatóság megállapítása nem egyszerű feladat az étel- és ételkészítési területén sem. Fő vonalaiban egyértelmű válaszok adhatók, azonban a részletek számos kérdést vetnek fel.

A fenntartható fejlődés elvéből kiindulva az étel- és ételkészítést úgy kell biztosítani, hogy a lehető legkevesebb nem megújuló természeti erőforrást, energiát használjuk fel, kerüljük a hulladék keletkezését, de legalább minimalizáljuk, forgassuk vissza, és lehető legkevesebbé károsítsuk, pusztítsuk el vagy veszélyeztessük a természeti környezetet. Ezek az alapkritériumok. Az, hogy melyik fenntartható megoldás, az csak két, közel ugyanazt a szükségletet<sup>3</sup> kielégítő

<sup>3</sup> A szükséglet és az igény közötti különbség az, hogy az igény szükséglet feletti, túli kíváncsalom.

lehetőség között lehet eldönteni. (Az, hogy napi legalább 2 liter vizet kell inni, nem pótolható például helyi alma tömeges fogyasztásával.)

Ennek vannak fogyasztási (szükséglet, igény), termelési, szállítási, előállítási, kereskedelmi, felhasználási, hulladékkezelési oldala – a legfontosabbakat kiemelve.

A részletesebb elemzést elhagyva felsorolható a fenntarthatóság néhány vonása a fogyasztói oldalról.

Fogyasztói szempontból megfelel a fenntarthatóságnak:

- Saját, helyi, lehető legközelebbi termelésű termék fogyasztása
- Bio-, ökotermékek fogyasztása
- Feldolgozatlan állapotban fogyasztása
- A lehető legkisebb környezeti hatású élelmiszerek fogyasztása, előnyben részesítése
- Lehető legalacsonyabb feldolgozási szint (kiváncsolgat szerint; étel)
- Alternatív energiaforrás használata saját termék előállítására (pl. napfénnel működő aszáló).

A legkisebb környezeti hatás vizsgálatára a különböző ökológiai lábnyom számítások nyújtanak lehetőséget. A legismertebb a karbon-lábnyom és a víz-lábnyom. Több számítási mód létezik, így ezek összevetése kellő óvatosságot igényel (példák lábnyom adatokra: [tudatosvasarlo.hu](http://tudatosvasarlo.hu), [kislabnyom.hu](http://kislabnyom.hu)). A húsfélék, különösen a vörshúsok, a marhahús sokkal nagyobb lábnyomúak, mint a növényi termékek (pl. [tudatosvasarlo.hu](http://tudatosvasarlo.hu), [ewg.org](http://ewg.org), [cleanmetrics.com](http://cleanmetrics.com)).

Azt azonban tekintetbe kell venni, hogy az élelmiszerek, ételek egyben élvezeti, esztétikai szerepet is betöltenek. Ezért például – jelenleg – aligha kerülhető el, hogy széles körben kerüljék az emberek az idegen kontinensek termékeinek fogyasztását. Az ünnepi jellegű, mérsékelt fogyasztása azonban elősegíthető, támogatható, sőt kellő tudatossággal teljesen elkerülhető.

### **5.1. Egészséges táplálkozás és a fenntarthatóság elemzése**

Ha összevetjük az egészséges élelmiszerek jellemzőit a fenntarthatóság elvárásaival, akkor látható, hogy a kettő között pozitív összefüggés van. Példaként mindkettő alapján jobb a

- növényi termék a húsoknál
- lehetőleg a természetes állapotban fogyasztás
- kisebb feldolgozottság (pl. párolás)
- bio-, öko-előállítás, stb.

A fenntarthatóságnak megfelelőbb élelmiszer-fogyasztás tehát egészségesebb táplálkozást is jelent. Ennek részletei itt a terjedelem miatt nem bonthatók ki.

### **5.2. Új felvetések**

Számos további kérdés merülhet fel a vizsgálatok nyomán.

- Ha az ember őstörténetében a hús fogyasztása fejlődési mozgató rugó volt, akkor mivel járhat a növényi táplálék irányába visszatérés, teljesen más társadalmi-gazdasági környezetben?
- Szükséges vizsgálni, hogy mivel jár egy gazdaság (társadalom) számára, az egészségesebb, fenntarthatóságnak megfelelőbb ételkészítés felé elmozdulás, különösen ennek sebessége függvényében?
- Hogyan értékelhetők az egyes élelmiszerek?

Mindezek további vizsgálódást igényelnek.

## **6. Összegzés**

A táplálkozás múltjának, az egészséges táplálkozásnak és fenntarthatóságnak a vizsgálata azt mutatja, hogy - mondhatnánk szerencsére – az egészséges táplálkozás jobban megfelel a fenntarthatóságnak, mint mai, több szempontból egészségtelenként leírható általános, nagyüzemi elvekre épülő élelmiszertermelés.

Ennek háttere az, hogy az ember ősi gyökereiből származó genetikai adottságai determinálják a ma emberét, a genetikai “alkalmazkodás” lényegesen lassabb. Az ősi táplálkozás viszont természetközeli alapokon nyugodott, így annak előtérbe kerülése kedvező változásokat hozhat korunk természeti erőforrás “zabáló” társadalmi szintű ételkészítésében. Ez pedig kihat minden járulékos területre, az energiatermeléstől, szén-dioxid kibocsátástól kezdve a hulladék mennyiségének és minőségének problémáira, a természeti környezet megóvására.

A megoldás mégsem olyan egyszerű. Külön vizsgálat és elemzés tárgya lehet, valójában kell, hogy legyen, hogy a mai fejlett társadalmi-gazdasági szerkezetű nyugati civilizált rendszereken milyen módon és milyen sebességgel vihető át, illetve kell átvinni az átalakulást az ételkészítés területén, anélkül, hogy súlyos válsághelyzetek keletkeznének. Az átalakulás a fenntarthatóság felé az ételkészítés területén is elengedhetetlen a korlátosság ténye miatt, és a kényszer folyamatok elkerülése érdekében.

## **Köszönetnyilvánítás**

Hálás köszönetem fejezem ki a türelmes motiválásért, szakmai együttműködésért Zsótér Brigittának és Illés Sándornak, mellyel a munkához nagyban segítettek.



## Irodalomjegyzék

- Aiello, L. C. (1997): Brains and guts in human evolution: The Expensive Tissue Hypothesis. *Brazilian Journal of Genetics*, 20 (1), On-line version. <[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-84551997000100023&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0100-84551997000100023&script=sci_arttext)>. (2014.09.29.)
- Aiello, L. C., Wheeler, P. E. (1995): The Expensive-Tissue Hypothesis: The Brain and the Digestive System in Human and Primate Evolution. *Current Anthropology*, 36 (2), 199–221.
- Balogh S., Baló T. (2007): Globális és európai táplálkozási trendek. *Gazdálkodás*, 51 (20. különnkiadás), 50–57.
- Brundtland, G.H. (1987): 42/187. *Report of the World Commission on Environment and Development*. <<http://www.un.org/documents/ga/res/42/ares42-187.htm>>. (2014.09.30.)
- cleanmetrics.com. <[http://www.cleanmetrics.com/html/virtual\\_water.html](http://www.cleanmetrics.com/html/virtual_water.html)> (2015.05.02.)
- Cordain, L. (2011): *Paleolit étrend – Fogyjunk és éljünk a természet rendje szerint!* Jaffa Kiadó és kereskedelmi Kft. Budapest.
- Csányi V., Miklósi Á. (eds). (2010): *Fékeveszett evolúció – Megszaladási jelenségek az emberi evolúcióban*. Typotex, Budapest.
- Dudás R. (2000): A táplálkozás. (Változó világ 36.) Press Publica, Budapest.
- elelmiszterlanc.kormany.hu. <<http://elelmiszterlanc.kormany.hu/elelmiszterek-jelolese>> (2014.10.01.)
- ewg.org. <<http://www.ewg.org/>> (2015.05.02.)
- Fekete K. (2010): Zsíros kérdések. OÉFI, Budapest. <<http://www.oefi.hu/zsiroskerdesek.pdf>>. (2014.09.30.)
- Gibbons, A., Paley, M. (2014): Paleo étrend régen és ma. *National Geographic Magyarország*, 12 (9), 84–107.
- Illés, S., Végh, K. (2010): Hypothetical models of food consumption behavior by the elderly. In: Kovács, P., Szép, K., Katona, T. (eds.): *Proceedings of the challenges for analysis of the economy, the Business, and Social Progress*. Unidocument, Szeged. 699–706.
- Janiszewski, P. (2011): The Science of Starvation: How long can humans survive without food or water? PLOS Blogs, <http://blogs.plos.org/obesitypanacea/2011/05/13/the-science-of-starvation-how-long-can-humans-survive-without-food-or-water/>. (2014.09.27.)
- kislabnyom.hu. <[http://kislabnyom.hu/letolt/kepzesi\\_anyagok/Elelmiszerek-vizlabnyom.pdf](http://kislabnyom.hu/letolt/kepzesi_anyagok/Elelmiszerek-vizlabnyom.pdf)> (2015.05.02.)
- Larsen, C. S. (1995): Biological changes in Human Populations with Agriculture. *Annual Review of Anthropology*. 24(10), 185–213.
- Liebersohn, A. D. (2004): How long can a person survive without food? *Scientific American*, November 8, 2004. <<http://www.scientificamerican.com/article/how-long-can-a-person-sur/>>. (2014.09.27.)
- Maslow, A. H. (1943): A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*. 4: 370–396. <<http://psychclassics.yorku.ca/Maslow/motivation.htm>>. (2014.08.14.)
- Maslow, A.H. (1954): *Motivation and personality*. Harper, New York.
- orvosilexikon.hu. <<http://orvosilexikon.hu/wrap.php?file=dcc.html>>. (2012.09.20.)
- Paleo-diéta (2013): Táplálkozási Akadémia. Magyar Dietetikusok Országos Szövetsége, Budapest. <[http://www.mdosz.hu/pdf/taplalkozasi\\_akademia\\_2013\\_02\\_paleo\\_dieta.pdf](http://www.mdosz.hu/pdf/taplalkozasi_akademia_2013_02_paleo_dieta.pdf)>. (2014.09.30.)
- portfolio.hu. Eddig élünk még nyugdíjasként egészségben. <[http://www.portfolio.hu/gazdasag/egeszseggazdasag/eddig\\_elunk\\_meg\\_nyugdijaskent\\_egeszegben.213433.html](http://www.portfolio.hu/gazdasag/egeszseggazdasag/eddig_elunk_meg_nyugdijaskent_egeszegben.213433.html)>. (2015.05.03.)
- Simonyi P. (2012): Az élelmiszerfogyasztás egyes sajátosságai, hazai vonásai a fenntartható fejlődés tükrében. In: Nyári D., Kiss T. (eds.): *Kockázat-Konfliktus-Kihívás – A VI. Magyar Földrajzi Konferencia, a MERIEXWA nyitókonferencia és a Geográfus Doktoranduszok Országos Konferenciájának Tanulmányai*. Szegedi Tudományegyetem, TTIK Természeti Földrajzi és Geoinformatikai Tanszék, Szeged. 740–754.

- Tóth J. (ed). (2002): Általános társadalomföldrajz I-II. (Studia Geographica). Dialog Campus Kiadó, Budapest–Pécs.
- tudatosvasarlo.hu.<<http://tudatosvasarlo.hu/cikk/hus-es-sajt-legkevesbe-klimabaratt>>(2015.05.02.)
- Ungar, P. S., Teaford, M. F. (eds.): (2002): Human Diet: Its Origin and Evolution. Bergin and Garvey, Westport CT.
- Végh, K., Illés, S. (2011): Hypothetical models of food consumption behaviour by the elderly. Lambert Academic Publishing, Saarbrücken.
- Vida G. (2009). Véges Föld és végtelen vágyak. In: Kóródi Mária (szerk.). Az erőszak kultúrája - Fenntartható-e a fejlődés? Páholy Kulturális és Kiadói Kft, Budapest. 53–82.
- Vida G. (2011). Biodiverzitás és ökoszisztéma-szolgáltatás – Prológus. Magyar Tudomány, 172 (7), 770–773.
- Vidéki I. (2005): Gondolatok az élelemellátás néhány kérdéséről. In: Perczel Gy., Szabó Sz. (szerk.): 100 éve született Mendöl Tibor – Emlékkötet. Társadalom- és Gazdaságföldrajzi Tanulmányok 1. Trefort Kiadó, Budapest. 189–203.
- webbeteg.hu 2014. Paleolit táplálkozás pro és kontra. <<http://www.webbeteg.hu/cikkek/fogyokura/13232/paleolit-taplalkozas>> (2014.09.06.)
- webbeteg.hu.2013. Nem változott az elhízottak aránya az elmúlt 4 évben. <<http://www.webbeteg.hu/cikkek/elhizas/14240/az-elhizottak-aranya-az-elmult-4-evben>>. (2014.09.30.)
- Wrangham, R. (2009): Catching Fire: How Cooking Made Us Human. Basic Books, New York.
- Zsótér B. (2006): Turizmus Mezőhegyesen: A Hotel Nonius bemutatása. In: Gál József (szerk.) Európai Unió Kutatási és Oktatási Projektek Napja. c. konferencia. SZTE MFK Hódmezővásárhely. 2006.10.06 Hódmezővásárhely: Delfin Computer Informatikai Zrt., 2006. CD kiadvány.
- Zsótér B. (2007a): A Hotel Nonius szolgáltatásait igénybe vevők földrajzi megoszlása. Agrár- és Vidékfejlesztési Szemle 2:(2) pp. 201-206.
- Zsótér B. (2007b): Examination of Hotel Nonius. Lucrari Scientifice Facultea de Agricultura Timisoara 38: pp. 571-574.
- Zsótér B., Császár V. (2013): Examination of the socio-economik effects of a large food company in the south hungarian plain on a given settlement. Modern Management in the 21st century. Theoretical and Practical Issues. Monograph. Faculty of Economics Management, Slovak University of Agriculture in Nitra, Slovakia, pp. 359-385.

## **VÁSÁRLÓI SZOKÁSOK VIZSGÁLATA A M.I.T. HUNGÁRIA KFT. SZENTESI ÜZLETEIBEN**

Zsótér Brigitta – Németh Gabriella

**Absztrakt:** Tanulmányunk témája a M.I.T. Hungaria Kft. szentesi élelmiszer üzleteiben való vásárlási szokások felmérése. Ezen élelmiszer üzletek a hagyományos kisboltok közé tartoznak. Kutatásunk során kérdőíves megkérdezést alkalmaztunk, melynek során 298 vevőt sikerült megkérdezni. Vizsgáltuk a vásárlók szokásait, motivációit, jellemzőit, illetve vásárlásuk körülményeit, gyakoriságát, mennyiségét, egyéb jellemzőit, stb. A vásárlók az üzleteket általában naponta vagy hetente több alkalommal keresik fel, egy-egy vásárlás alkalmával 500–1 000 forintot hagynak a pénztárnál. Fontos szempont számukra a precíz, kedves kiszolgálás, eladók és az üzlet jó megközelíthetőség. A legtöbb elégedettségi kérdésnél nagyon elégedettek voltak. Legtöbbször a széles áruválaszték és az akciók miatt választanak másik üzletet, ezért érdemes lenne az akciókat jobban kommunikálni a vevőknek, mert az elemzésünkéből az derült ki, hogy akik ismerik az akciókat, azokat nagyobb valószínűséggel választják az üzletválasztásánál.

**Abstract:** The subject of our study is the survey of customers' habits in groceries of M.I.T. Hungaria Kft. in Szentes. These groceries are all traditional small shops. In our research we applied a questionnaire survey in which we reached 298 customers. We examined their shopping habits, motivation, features, the conditions of their shopping, its frequency and quantity and other features, too. The customers go to these groceries on a daily basis or more times a week, besides, they spend 500–1 000 HUF in each case. The most important factors for them are the kind service, shop assistants and the proximity of the shops. They expressed their high satisfaction in each question on their satisfaction. Most of them choose another shop because of its wider range of goods and sales so it would be worth to communicate the sales for customers in a better way, since it turned out from the analysis that those who are informed about sales tend to choose the given shop.

**Kulcsszavak:** élelmiszerbolt, vevői elégedettség, akciók, jól megközelíthető üzletek

**Key words:** grocery, customer satisfaction, sales, shops easy to access

### **1. Bevezetés**

A kutatásunk témája a M.I.T. Hungaria Kft. szentesi élelmiszer üzleteiben való vásárlási szokások felmérése. Ezen élelmiszer üzletek Agárdi (2010) kiskereskedelmi egységek csoportosítása alapján a hagyományos kisboltok közé tartoznak.

A választást az motiválta, hogy több KSH és Nielsen statisztikát is tanulmányoztunk a kis alapterületű boltok mennyiségének lassú csökkenéséről, illetve piaci pozíciójuk gyengüléséről. Ezért fontosnak tartjuk megvizsgálni a hagyományos kisboltokban vásárlók szokásait, motivációit, vásárlásuk körülményeit, jellemzőit, stb. Ezzel kapcsolatban felállítottunk néhány hipotézist, amelyeket a kutatás során próbálunk majd bizonyítani:

- 1.) Átlagosan kevesebb, mint 1 000 forintot hagynak a vásárlók az üzletben egy-egy vásárlás alkalmával.
- 2.) A M.I.T. Hungaria Kft. idősebb vásárlói gyakrabban keresik fel a vizsgált kisboltokat.

- 3.) A M.I.T. Hungária Kft. üzleteiben vásárló fogyasztói szegmens tagjai a nagyobb volumenű bevásárlásaikat inkább a magyar üzletekben bonyolítják le a multinacionális üzletekkel szemben.
- 4.) A M.I.T. Hungária Kft. azon vásárlói, akik jobb anyagi körülmények közt élnek, többet költenek a kisboltban, mint a szerényebb körülmények közt élők.
- 5.) Az akciók a M.I.T. Hungária Kft. üzleteinek nem közvetlen vonzáskörzetéből is vonzanak vásárlókat.

## 2. Irodalmi feldolgozás

A kereskedelem legfontosabb feladata, hogy eljuttassa a szervezeti vagy lakossági felhasználókhoz az előállított termékeket és szolgáltatásokat. Kiemelt és fontos szerep jut az értékesítési csatornáknak a gyártó és fogyasztó között közvetítő kis- és nagykereskedelmi vállalatoknak (Agárdi, 2010). Bauer és Berács (2010) megfogalmazása alapján azon személyek és intézmények tevékenysége tartozik a nagykereskedelembé, amikor más kereskedőknek, kiskereskedőknek és/vagy kereskedelmi, ipari, intézményi felhasználóknak értékesítenek, de végső fogyasztónak nem.

Míg kiskereskedelem alatt azokat a tevékenységeket értjük, melynek során az áruk vagy szolgáltatások a végső fogyasztónak kerülnek közvetlen eladásra személyes felhasználásra. Bármely szervezet, amely a végső fogyasztónak értékesít kiskereskedelmi tevékenységet folytat (Kotler és Keller, 2012). Többféle szempont alapján csoportosíthatjuk a kiskereskedőket. Legáltalánosabb csoportosítás, hogy bolti vagy nem bolti kiskereskedelemmel foglalkoznak. A bolti kiskereskedelmet tovább lehet bontani árucsoportok szerint. Két típusa: élelmiszer-, és napi cikk, illetve általános kiskereskedelem. Az első típushoz tartozik a szuper-, és hipermarket, a kényelmi üzlet, a raktáráruház, a diszkontüzlet, a drogéria és a hagyományos kisbolt (Agárdi, 2010).

Agárdi és Bauer (2000) három vállalatcsoportra osztotta ezt a típust hazánkban:

- 1.) Multinacionális kiskereskedelmi vállalatok
- 2.) Beszerzési társulásba tömörült hazai tulajdonban lévő cégek
- 3.) Független mikro-, illetve kisvállalkozások.

Míg az általános kiskereskedelem tipikus üzlettípusa az általános áruház, a szakáruház, a szaküzlet, illetve az akciókra szakosodott kiskereskedelem. A nem bolti kiskereskedelemhez tartozik az elektronikus kereskedelem, kiskereskedelmi automata, csomagküldő szolgálat, direkt és teleshop értékesítés (Agárdi, 2010).

A hosszú távú nyereségességet és fennmaradást akkor tudják a kiskereskedők elérni, ha valamilyen átgondolt, tudatos stratégiát alkalmaznak (Agárdi, 2010). A kiskereskedelmi stratégia fontos része a kiskereskedelmi mix, mely magába foglalja a kiskereskedő választékpolitikáját, az árpolitikát, a kiskereskedelmi kommunikációt, a fogyasztóknak nyújtott szolgáltatásokat, a telephely-kiválasztást,

valamint az üzlet kialakítására és atmoszférájára vonatkozó stratégiai megfontolásokat (Levy és Weitz, 2007).

Megszámálhatatlanul sok változás zajlott le a vásárlás terén és még zajlik ma is. Ami számunkra is szemmel tapasztalható, hogy az utóbbi időszakban egyre bővülő kereskedelmi infrastruktúra és kínálati elemszám áll rendelkezésünkre. Vásárlási szokásaink megváltoztak az utóbbi 5–10 év alatt annak tükrében, hogy milyen új bolt/bolthálózati egység nyílt közelünkben (Töröcsik, 2011).

A fogyasztói magatartásról Agárdi (2010), Bauer és Berács (2006), Hofmeister (2008), Kotler és Keller (2012), Töröcsik (2011), Veres és Szilágyi (2009), stb. írt mélyrehatóbban.

A fogyasztói magatartás nagyon összetett, rengeteg tényező és változó által meghatározott. Tanulmányozása magába foglalja a megfigyelhető magatartásokat, mint pl. hogy mit, mennyit, kik és hogyan vásároltak, illetve fogyasztották a terméket. Ezen felül magába foglalja még az egyéni szükségleteket, érzékeléseket, a fogyasztó rendelkezésére álló információkat, ezek feldolgozásának módszerét, az alternatívák értékelését, illetve érzésüket a termék birtokba vétele után (Hofmeister, 2008). A fogyasztó vásárlási magatartását több tényező is befolyásolja, ezeket Kotler és Keller (2012) 3 csoportba foglalta: kulturális, társadalmi és egyéni tényezők. Hofmeister (2008) külön csoportba sorolja a pszichológiai tényezőket is.

A szakirodalomban nagyon sokszor lehet találkozni a vásárlói magatartás és fogyasztói magatartás kifejezésekkel hasonló vagy azonos értelemben, de a két fogalom között mégis van egy árnyalatnyi különbség. Ugyanis a fogyasztó nem csak a termék vásárlója, hanem a vásárlás megtervezője, a termék használója, elfogadója, értékelője is. Míg a vásárló kifejezést a vásárlói döntési folyamatnál használjuk (Veres és Szilágyi, 2009).

A vásárlási döntési folyamat a következő szakaszokra bontható Hofmeister (2008) szerint:

- 1.) probléma felismerés
- 2.) információkeresés
- 3.) értékelés és választás
- 4.) üzlet kiválasztása és vásárlás
- 5.) vásárlás utáni értékelés.

A klasszikus vásárlási döntési folyamattól annyiban tér el a kiskereskedelmi vásárlási döntési folyamat, hogy nyomon követi a termék- és üzletválasztás egyes fázisait párhuzamosan. Ebben az esetben a fogyasztók a döntési folyamat összes fázisát nem mindig járják végig (Agárdi, 2010).

A fogyasztókat az alábbi vásárlási típusokba sorolta Haller és Twardawa (2005): kereskedelmi márkák vásárlói, akcióvadászok, márkavásárlók, prémiummárka-vásárlók. Sokan próbálták a fogyasztókat tipizálni pl. Koschel (2006), Huber és Steinle (2005), illetve a magyar fogyasztókat Töröcsik (2011).

### 3. Anyag és módszer

A szekunder kutatás részeként a fentiekben a kereskedelemmel kapcsolatos alapfogalmakat ismertettük, majd a kiskereskedelmi egységekre tértünk át. A következő részben a fogyasztási magatartást ismertettük, illetve a vásárlási döntés folyamatát és vásárlói típusokat mutattuk be. A továbbiakban nézzük a primer kutatást!

A primer kutatás két féle módszert használ: kvantitatív, illetve kvalitatív kutatást (Veres és Szilágyi, 2009). A kvalitatív kutatás, olyan feltáró jellegű módszer, amely nem eredményez számszerű eredményeket, de nem is ez a célja, hanem egy-egy marketingprobléma feltárása. A kvantitatív kutatás viszont a kvalitatívvall ellentétben a számszerű általánosításra törekszik. Lényege, hogy felvesszük a vizsgálandó adatokat egy sokaságból reprezentatív mintán keresztül, majd ezen adatokból arányokat és átlagokat számolunk. A primer kutatások leggyakoribb módszere a megkérdezés, melynek során az előre meghatározott és célnak megfelelő személyeket, illetve ezek meghatározott összetételű csoportját kérdezzük meg az adott témával kapcsolatosan (Veres et al., 2006).

Kutatásunk során 298 darab kérdőívet töltöttünk ki a M.I.T. Hungária Kft. szentesi élelmiszer kisboltjaiban. A kérdőíveket saját magunk kérdezőbiztosként töltöttük ki a válaszadókkal, akiket véletlenszerűen választottunk ki. A felmérést 2014. május vége és június eleje között végeztük mindegyik üzletben, hétköznapiokon és hétvégéken, különböző napszakokban.

A kérdőívek feldolgozása és kiértékelése az SPSS Statistics nevű programmal történt.

Az SPSS elemzési, statisztikai és üzleti előrejelzési megoldások széles körét kínálja (Sajtos és Mitev, 2007).

#### 4. Vizsgálati eredmények értékelése

A vásárlók az üzleteket általában naponta vagy hetente több alkalommal keresik fel. Egy-egy vásárlás alkalmával 500–1 000 forintot hagynak a pénztárnál, ugyanakkor a központi helyen található „SZ” ABC-ben jóval magasabb a több pénzt költők aránya. A pékáruk, húsok és felvágottak, illetve üdítők és alkoholok a legkeresettebb termékek, a megkérdezettek több mint 60%-a vásárol ilyen árucikket az üzletben.

A felmérésből kiderült, hogy az üzleteket leginkább csütörtökön, pénteken és szombaton keresik fel a fogyasztók, a vasárnap és a hét eleje gyengébb időszaknak mondható ezzel szemben.

A megkérdezettek majdnem 80%-a a precíz, kedves kiszolgálás, eladók miatt választja ezen kisboltokat, illetve fontos szempont számukra még a jó megközelíthetőség, a bolt és a lakásuk közti viszonylagos közelség. Hatfokozatú skálán a legtöbben 6-os értékkel jellemezték az üzlet eladóinak segítőkészségét, illetve szakmai hozzáértését. Mindkét kérdés átlaga 5,61 lett, ami nagyon magas értéknek számít, azaz valóban befolyásoló tényező a vásárlók számára az üzletben dolgozó eladók megfelelősége, kedvessége.

Vizsgáltuk a két legtöbbet keresett termék jellemzői (ár, minőség, választék) iránti elégedettséget. Alapvetően itt is elégedettség mutatkozott, a „legrosszabb” átlagot a húсарuk ára kapta a 4,69-es értékkel.

A M.I.T. Hungária Kft. vásárlói nagybevásárlásaikat leginkább a Tescóban és a Pennyben intézik, a magyar áruházak kevésbé népszerűek körükben. Fő okként, hogy miért választanak másik üzletet a széles áruválasztékot jelölték meg, illetve az akciókat.

Természetesen a kisboltnál is fontosnak tartottuk, hogy az akciókról kérdezzük a vásárlókat, melyet az egyszerűség kedvéért 6 fokozatú skálán tettük meg. Az akciókat a megkérdezettek nagyobb része nem követi figyelemmel. A M.I.T. Hungária Kft. üzleteinek választásánál több mint 50%-ukat semmilyen mértékben nem befolyásolta az akciók jelenléte.

Ezért korrelációanalízissel vizsgáltuk, hogy milyen összefüggés található az akciók ismerete és a velük való elégedettsége között. A közepes erősségű korrelációs együttható értéke alapján elmondható, hogy azok a vásárlók elégedettebbek az akciók gyakoriságával, akik ismerik és tudják, hogy vannak akciók. Emellett közepes erősségű kapcsolat található az akciók ismerete és befolyásoló hatása között is, tehát az akciók azokat a vásárlókat befolyásolták az üzletválasztásánál, akik tudják, hogy milyen akciók vannak az adott időszakban a M.I.T. Hungária Kft. üzleteiben. Tehát, véleményünk szerint a vásárlók nagy része nem ismeri az akciókat, amely valószínűleg a nem megfelelő kommunikációból eredhet.

## 5. Összefoglalás

A hipotézisek vizsgálata a következő:

- 1.) *Átlagosan kevesebb, mint 1 000 forintot hagynak a vásárlók az üzletben egy-egy vásárlás alkalmával.* Beigazolódott. A megkérdezettek 67,68%-a egy vásárlás alkalmával átlagosan kevesebb, mint 1 000 forintot hagy a pénztárnál.
- 2.) *Az M.I.T. Hungária Kft. idősebb vásárlói gyakrabban keresik fel a vizsgált kisboltokat. Részben beigazolódott.* Varianciaanalízist használtunk a két ismerv között, mely nem bizonyította be a kapcsolatot. Majd korrelációelemzést végeztünk az életkor és az üzlet rangsora közt. Az  $r$  értéke  $-0,543$  (közepes erősségű kapcsolat), mely alapján megállapítható, hogy az idősebb vásárlók más üzletekkel szemben szívesebben térnek be a vizsgált kisboltokba. Ugyanakkor ez nem jelenti azt, hogy gyakrabban is járnak.
- 3.) *Az M.I.T. Hungária Kft. üzleteiben vásárló fogyasztói szegmens tagjai a nagyobb volumenű bevásárlásaikat inkább a magyar üzletekben bonyolítják le a multinacionális üzletekkel szemben.* Nem igazolódott be. A megkérdezettek nagybevásárlásaikat leginkább a Tescóban (34,56%) és a Pennyben (28,19%) intézik. A Coop-ot és a CBA-t együttesen is csak 9,73%-uk választotta.
- 4.) *Az M.I.T. Hungária Kft. azon vásárlói, akik jobb anyagi körülmények közt élnek, többet költenek a kisboltban, mint a szerényebb körülmények közt élők.* Nem igazolódott be. Ennek vizsgálatára Gamma tesztet használtunk, melynek értéke  $-0,182$ , azaz jelentéktelen a kapcsolat a két mutató között.
- 5.) *Az akciók az M.I.T. Hungária Kft. üzleteinek nem közvetlen vonzáskörzetéből is vonzanak vásárlókat.* Nem igazolódott be. Az akció befolyásolás mérése 6 fokozatú skálát használtunk. Akiket befolyásolt az akció az üzletválasztásánál – tehát 5-ös vagy 6-os osztályzatot adott – nagyon minimális arányt képviseltek, a megkérdezettek 27%-át. Majd kimutattuk, hogy ezen személyek milyen messzire laknak az adott üzlettől. Ha a vonzáskörzetet 1 kilométerben határozzuk meg, akkor gyakorlatilag 13 ember lakik ennél messzebb, az akciót befolyásolók 15,85%-a, amely igen csekély mérték. Korrelációanalízist is végeztünk ennek bizonyítására, ahol a szignifikanciaszint jóval nagyobb lett, mint a megengedett 0,05, így valószínűleg nincs kapcsolat az akció befolyásoló hatása és a bolttól való távolság közt.

„A vállalat egyetlen tőkéje, ami nem másolható, a fogyasztókkal kialakított kapcsolat” (Hochman, 2010).

A kérdőíves felmérésekből és a személyes tapasztalatainkból egyértelműen kiderült, hogy a M.I.T. Hungária Kft. vásárlói – a kisebb hibák és hiányosságok ellenére – a legtöbb dologgal elégedettek és lojalitást mutatnak a kisbolttal szemben. Ugyanakkor egyértelműen látszik, hogy vannak olyan pontok, amelyek javításra szorulnak, s mely által forgalomnövekedés történhet. Ilyen pont – mivel az emberek számára fontos a minél olcsóbb termékhez jutás képzetének látszata – az akciók tudatosabb és sokoldalúbb kommunikálása.



## Irodalomjegyzék

- Agárdi I. (2010): *Kereskedelmi marketing és menedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Agárdi I., Bauer A. (2000): Az élelmiszer-kiskereskedelem szerkezeti változásai és kialakult vállalat-csoportok Magyarországon, *Marketing és Menedzsment* 34 (3), 8–14.
- Bauer A., Berács J. (2006): *Marketing*, Aula Kiadó, Budapest.
- Haller, F., Twardawa, W. (2005): Kaufertypologie als Rettungsring, *Marketing Journal* 38 (4), 34–36.
- Hochman L. (2010): *A fogyasztóra hangolva*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Hofmeister T. Á. (2008): *A fogyasztói magatartás alapjai*, Aula Kiadó, Budapest.
- Huber, T., Steinle, A. (2005): *Hyper-consuming 2010 – Was kommt nach Geiz-ist-geil?*, Zukunftsinstitut, Kelkheim.
- Koschel, S. (2006): Zielgruppen im Handel 2006, *Marketing Journal* 39 (6), 36–39.
- Kotler, P., Keller K. L. (2012): *Marketingmenedzsment*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Levy, M., Weitz, B. (2007): *Retailing Management*, International Edition, 7<sup>th</sup> ed. McGraw-Hill.
- Sajtos L., Mitev A. (2007): *SPSS kutatási és adatelemzési kézikönyv*, Alinea Kiadó, Budapest.
- Törőcsik M. (2011): *Fogyasztói magatartás – Insight, trendek, vásárlók*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Veres Z., Hoffmann M., Kozák Á. (2006): *Bevezetés a piackutatásba*, Akadémiai Kiadó, Budapest.
- Veres Z., Szilágyi Z. (2009): *A marketing alapjai*, Perfect Gazdasági Kiadó, Budapest.



# **TÁRSADALMI SZERVEZŐDÉSEK ÉS FOLYAMATOK**



## **A SZÖVETKEZÉSEK SZEREPE A MEZŐGAZDASÁG ZÖLDSÉG ÉS GYÜMÖLCS SEKTORÁBAN**

Panyor Ágota

**Absztrakt:** Hazánk jó ökológiai adottságokkal rendelkezik a zöldség- és gyümölcstermesztéshez, ám az ágazat jelen helyzetében a gazdák töredékesen tudják kihasználni a lehetőségeket. Problémát jelent a termesztett fajták sokfélesége és az elaprózódott birtokstruktúra, továbbá az élelmiszerkereskedelem koncentrációja révén a kistermelők kiszolgáltatott pozíciója más piaci szereplőkkel szemben. Fontos lenne, hogy a jövőben egyre több kistermelő legyen tagja valamely termelői szerveződésnek, melyeknek bővülésével nem csak a saját gazdaságok fejlődhetnének, hanem az egész zöldség- gyümölcs ágazat fejlesztését is elősegítenék.

**Abstract:** Our country has good ecological conditions in the fruit and vegetable crops, but the present situation of the sector, farmers can take advantage of the opportunities just in fragments. The problem is the diversity of cultivated varieties and fragmented land ownership structure, as well as by the concentration of the food trade against the vulnerable position of small farmers with other segments of producers. It would be important to the future more and more small producers to become a member of a producer organization, which have not only the expansion of their agricultural enterprises would develop, but the development of the whole fruit and vegetable sector would help by them.

**Kulcsszavak:** zöldség-gyümölcs ágazat, szövetkezesek, integrációk, termelő-értékesítő szövetkezetek

**Keywords:** fruit and vegetable sector, alliances, integrations, production and sales integrations

### **1. Bevezetés**

Magyarország földrajzi, természeti és klimatikus adottságai kiváló lehetőséget teremtenek a zöldség- és gyümölcstermesztéshez. Azonban az élelmiszeripar és az élelmiszerkereskedelem koncentrációja révén a zöldség-gyümölcs ágazat termelői önállóan tevékenykedve egyre kiszolgáltatottabb pozícióba kerültek a felvásárlókkal, inputanyag forgalmazókkal, feldolgozókkal és más piaci szereplőkkel szemben. Ezen problémák megoldására, a nagyobb méretből fakadó előnyök kihasználása válik szükségessé, melynek érdekében a gazdáknak különböző termelői szerveződéseket kell létrehozniuk. Tehát egyre nagyobb jelentőségre tesznek szert a zöldség- és gyümölcstermesztésben létrejövő mezőgazdasági integrációk. Az ágazat fejlődése érdekében tovább kell fejleszteni a termelői szerveződéseket, melynek azonban számos hátráltató tényezője is van hazánkban.

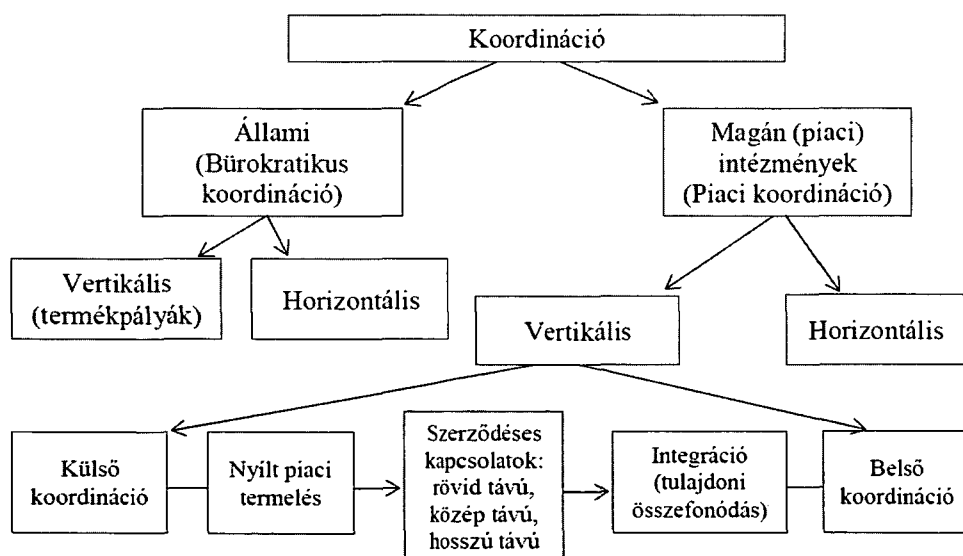
Az előbbiekhöz fontos hozzátenni, hogy a termelői együttműködések, a termelők hálózatosodása útján kialakuló formációk fontos szerepet tölthetnek be a helyi erőforrások fenntartható hasznosításában és a vidéki térségek endogén alapokon nyugvó fejlődésének előmozdításában, továbbá a helyi gazdasági kontroll növelése révén erősíthetik a lokalizáció folyamatát, nagyobb fokú önrendelkezést biztosítva a vidék számára (Kis, 2014). A termelői hálózatok lehetővé teszik, hogy

a jellemzően kisméretű gazdaságok kölcsönösen kedvező együttműködéseket alakítsanak ki, így biztosítva maguknak a mérhető hatékonyságból és a rugalmas alkalmazkodásból származó előnyök kiaknázását, ami hozzájárul a vidéki térségek népességmegtartó képességének és jövedelemtermelésének fokozásához, elősegítve a vidékgazdaság dinamizálását és a versenyképesség javulását (Kis, 2012).

## 2. Koordinációk és integrációk típusai az élelmiszer-gazdaságban

A piacon az áruk adás-vétele zajlik, ezért koordinálni kell a piaci résztvevők kapcsolatait. A koordináció az érintettek közti összehangolt irányítást jelenti valamilyen cél elérése érdekében. Az élelmiszer-gazdaság vertikumában a koordináció két típusba sorolható az alapján, hogy az állam vagy valamely magánintézmény végzi. Az állam irányítása alá tartozót bürokratikus koordinációnak, a magán vonatkozásút piaci koordinációnak nevezzük. Ezen belül a koordinációs típusok csoportosíthatók aszerint, hogy azok a marketingcsatorna azonos szintjén valósulnak-e meg, ez esetben horizontális koordinációk, vagy két különböző szinten álló szereplő között jönnek létre, ez a vertikális koordináció (Szabó, 2011.). Ezeket a koordinációs típusokat és egymáshoz való viszonyukat az 1. ábra mutatja be.

1. ábra: Koordináció típusok az élelmiszer gazdaságban



Forrás: Szabó (2000)

A koordinációs skála két végpontja a nyíltpiaci termelés, illetve a tulajdoni összefonódás, vagyis teljes integráció. A két végpont között több átmenet található, melyek különböző idejű (rövid, közép, hosszú távú) és részletességű szerződéses

megállapodások alapján működnek. Minél hosszabb távú szerződésről van szó, annál közelebb jutunk a vertikális integrációhoz.

Az integráció a felek kölcsönös gazdasági érdekein alapuló olyan együttműködés, amelyben az egyik fél, az integrátor piaci és/vagy termelési biztonságot nyújt a másik félnek, az integráltnak (Blaskó et al., 2011). Az integrátor számos termelői és pénzügyi szolgáltatással segíti a termelő tevékenységet végző gazdálkodót vagy gazdálkodó szervezetet.

Az integráció alaptétele az ellátási lánc, más néven termékpálya. A termékpálya, egy adott termék előállításában résztvevő szervezeteket és a közöttük megvalósult technológiai, pénzügyi és jogi kapcsolatokat foglalja magába. A mezőgazdasági integrációknak három csoportját különböztetjük meg aszerint, hogy az integráció hány termékpályát érint, valamint, hogy azonos vagy különböző szinten lévő gazdasági szereplők között jön létre az együttműködés (Szabó, 2011):

- horizontális integráció,
- vertikális integráció,
- konglomerátum (halmozódó) jellegű integráció.

Az integrálódó vállalatok nem egymás kihasználására törekednek, hanem együtt, teljes vagy részleges összefonódással próbálják növelni profitjukat, segíteni beruházásaik megvalósítását, és érvényesíteni közös érdekeiket. Ezért is fontos a bizalom, illetve a megfelelő partnerek kiválasztása, hiszen a közös munka során a partnerek viselkedése közvetlenül befolyásolja a működés sikerét.

A **horizontális integráció** egynemű termelőtevékenységet folytató integráltak összefogását jelenti. Létrehozható szerződéses kapcsolatok útján is. Ilyen például a mezőgazdasági termelők társulása termeléshez kapcsolódó műszaki fejlesztés vagy értékesítés céljából. Ennek legcélszerűbb módja a szövetkezés lehet. A horizontális integráció formái: (1) azonos termelő/szolgáltató tevékenységek közös szervezésére létrejött szerveződés; (2) csak értékesítési célból létrejött termelői szerveződés; (3) beszerzési és értékesítési célból létrejött termelői szerveződés (Blaskó et al., 2011).

A **vertikális integráció** az adott termékpályán egymásra épülő tevékenységet folytatók összefogását jelenti. Vagyis a termékpálya legdominánsabb tagja irányítja a vertikális láncban felette, illetve alatta álló szereplőket. Attól függően, hogy az integrátor elöl, vagy hátul helyezkedik el, előre- és hátrafelé irányuló vertikális integrációról beszélünk. Mivel ebben a szerveződésben a termékpálya más-más szintjei egy vállalkozáson belül találhatók, így ezek a vállalkozások képesek a jobb árak elérésére, ebből adódóan piaci előnyszerzésre.

Széles (2003) művében a vertikális integráció integráltjaira vonatkozó üzemgazdaságossági előnyöket a következőképpen összegzi:

- az integráló fél az integrált fél termelését segíti, megszervezi, koordinálja,
- a szükséges forgóeszközöket saját pénzből, vagy saját hitelből finanszírozza,
- az előállított terméket feldolgozás/ továbbértékesítés céljából felvásárolja,

- a támogatásokat és kedvezményeket az integráltak továbbadja.

A **konglomerátum jellegű integráció** az előző két csoport kombinációja. Több termékvonalat egy szervezetben egyidejűleg egyesít. Előnye az előzőekben említett integrációkkal szemben, hogy az általános költségek több termékvonalon oszlanak meg, és szezonális termékek esetén is magasabb kapacitás kihasználásra ad lehetőséget. Hátránya viszont, hogy a bevételek-kiadások alakulása sokszor nem elég átlátható, és specializálódás nélkül az integráció nem tudja kihasználni a méretgazdaságosság előnyeit (Szabó, 2011.).

Az egyre inkább fokozódó verseny következtében növekszik a vállalatok koncentrációja. Ennek eredményeként koncentrálódik a tőke, a szakmai tudás, a piaci szereplők súlya. Megvalósulhat egy magasabb szintű szakmai összefogás, a termelő kapacitások összehangolása és azok optimális kihasználása. Az integrációk feladata az árbevétel maximalizálása, a piaci pozíciók erősítése, a növekedés biztosítása és végül, de nem utolsó sorban a befolyó pénz visszajuttatása a termékpálya költségigényes pontjaira.

### 3. A mezőgazdasági szövetkezesek definiálása és típusai

A mezőgazdasági szövetkezet gazdasági szempontból a mezőgazdasági kistulajdonosok társulásának tekinthető, melyet a tagok azzal a céllal hoznak létre, hogy erőforrásaikat összehangoltan működtetve hatékonyabban gazdálkodjanak, így versenyelőnyhöz jussanak. A mezőgazdasági szövetkezetek hagyományosan tagjaik beszerzéseinek, értékesítésének szervezésére, szolgáltatások nyújtására, a termékeik feldolgozására jönnek létre. Hazánkban leginkább a termelő tevékenységük jellemző.

A mezőgazdasági szövetkezesek terén a zöldség-gyümölcs ágazat vonatkozásában Horváth (2010) a termelők együttműködési fokában négy szintet különböztetett meg, melyek a következők:

- 1.) Alapszint: ide sorolhatók az önállóan gazdálkodó kistermelők, akik nem vesznek részt semmiféle együttműködési formában. Pl.: családi gazdaságok.
- 2.) Középszint: ide tartoznak a kistermelők által létrehozott együttműködési formák, melynek kiemelt típusai a szövetkezetek és az uniós szabályozás alapján működő TÉSZ-ek. Pl.: Délalföldi Kertészek Szövetkezete.
- 3.) Felsőszint: itt találjuk a középszinten lévő vállalkozások együttműködése által létrejövő szervezeteket, melynek kiemelt típusa az uniós szabályozással harmonikus TÉSZ-Szövetség vagy Szekunder TÉSZ. A TÉSZ-ek társulásának tagja lehet termelői csoport, illetve a TÉSZ leányvállalata is. Pl.: Hortico-Régió 2009 Kft.



- 4.) Legfelső szint: ide sorolhatók a felsőszinten álló szervezetek további együttműködésével létrejövő szervezetek, melyek hatásköre már az egész országra kiterjedhet.

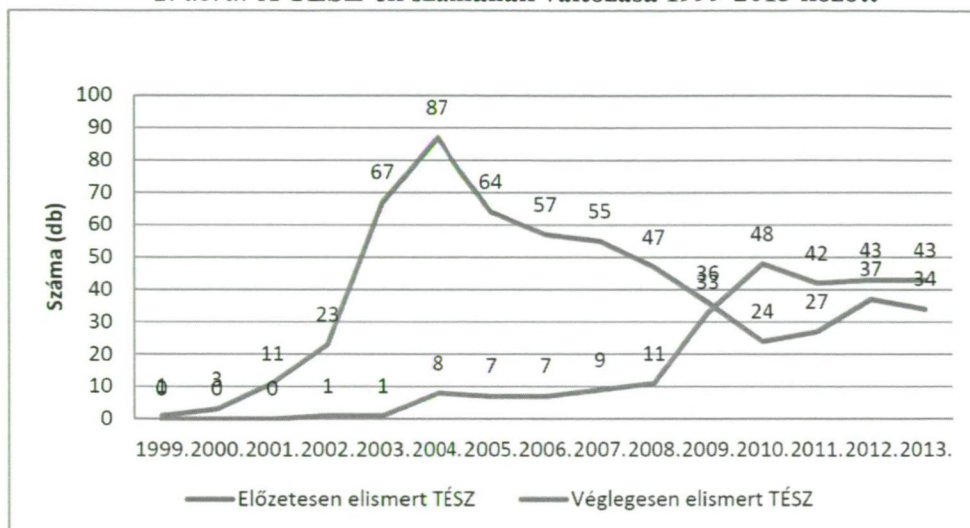
#### **4. A TÉSZ-ek kialakulásának és elismerésének folyamata**

A magyar jogi szabályozás (az EU rendelkezéseivel összhangban) nem tekinti önálló jogi formának a termelői szervezeteket. A jogi minősítéshez önmagában nem elég a szervezet megalapítása. Az alapítási és működési szabályzat feltételei alapján kaphatnak jogi minősítést külön állami elismerés útján. Ezek szerint nem lehet TÉSZ-eket közvetlenül létrehozni. Először egy szövetkezetet vagy gazdasági társaságot kell alapítani, amelyre az adott szervezeti szabályozáson felül a TÉSZ-re előírt külön szabályozást is be kell tartani, így nyílik lehetőség a létrejött szervezet TÉSZ-kénti elismerésére. A TÉSZ-ek elismerésének két típusa van, az előzetes és a végleges elismerés.

Az előzetes elismerés egyfajta kedvezmény, segítségnyújtás az alapítás és működés kezdeti fázisában. Az előzetes elismerés lehetővé teszi azon termelői szerveződések beindítását, melyek árbevétele és/vagy taglétszáma még nem felel meg a végleges elismerés szabályainak. Csak azok a szervezetek kaphatnak végleges elismerést, akik minden előírásnak megfelelnek. Ennek megfelelően gyakorlatilag minden újonnan alakuló szervezet először előzetes elismerést kap, és csak megerősödésük után igényelhetik a végleges elismertségi státuszt (Felföldi, 2005).

Magyarországon 1999-ben jelent meg a zöldség- gyümölcstermelők szövetkezését és TÉSZ-ként történő elismerését szabályozó 25/1999. (III. 5.) FVM rendelet. Jelenleg hazánkban a zöldség-gyümölcs termelői csoportok és termelői szervezetek nemzeti szabályozásáról szóló 19/2008. (II. 19.) FVM rendelet fogalmazza meg az állami elismerés folyamatát. A rendelet alapján a tagoknak elismerési tervet kell készíteni az előzetes elismeréshez. Ebben éves vagy féléves bontásban meg kell határozni, hogy az előzetes elismerést kérő szövetkezet/gazdasági társaság hogyan kívánja a TÉSZ-ként történő elismeréshez szükséges feltételeket teljesíteni. A feltételek alapján az előzetesen elismert TÉSZ taglétszáma legalább 10 fő, illetve a tagok igazolható, értékesíthető termékeinek értéke az elismerési terv benyújtását megelőző egy évben meg kell haladja a 150 millió forintot. Ettől abban az esetben lehet eltérni, ha a társaság egy termelő szervezettel közösen értékesít, ám ebben az esetben is a társaság bizonylatokkal igazolt, értékesíthető termékeinek értéke meg kell haladja a 100 millió forintot. Az előzetes elismerés maximum öt évig tarthat.

2. ábra: A TÉSZ-ek számának változása 1999-2013 között



Forrás: Dudás és Juhász (2013)

Hazánkban 1999-ben adta ki a Földművelésügyi és Vidékfejlesztési Minisztérium az első előzetes elismerést. A 2. ábra mutatja be 1999-től napjainkig a TÉSZ-ek fejlődésének folyamatát, mely négy szakaszra bontható. Az első a „kezdeti nehézségek” szakasza, mely 1999-től 2002-ig tartott. Ebben az időszakban a gazdák fenntartásokkal kezelték a szövetkezést, a TÉSZ fogalmát a szocialista rendszer termelőszövetkezetével (TSZ) azonosították. A TÉSZ-ek kialakulásának folyamata a kezdeti szakaszban lassan haladt, 2002 végére mindössze egy szervezet rendelkezett végleges elismeréssel. Ezt követte 2003-tól 2005-ig a TÉSZ-ek létrejöttének második szakasza, ebben az időszakban ugrásszerűen megnőtt az előzetesen elismert szervezetek száma az Unió nyújtotta magas támogatási lehetőségek és a szövetkezést népszerűsítő kampánynak köszönhetően. A csatlakozás évében 87 előzetesen és 8 véglegesen elismert TÉSZ működött hazánkban. Majd megkezdődött a „koncentráció” időszaka, mely 2006-tól 2009-ig tartott, ekkor a véglegesen elismert TÉSZ-ek száma lassan nőtt, az előzetesen elismertek száma viszont jelentős csökkenésnek indult. A csökkenés folyamata mögött a szervezetek jogutód nélküli megszűnése, elismerésének visszavonása vagy az esetek túlnyomó részében másik szervezetbe való beolvadása állt (a 2008-ban életbe lépő EU reform eredményeként). Végül 2010-től elkezdődött a TÉSZ-ek létrejöttének „stagnálás” fázisa. A közelmúltban már nem volt tapasztalható jelentős változás a TÉSZ-ek számában. 2013 januárjában 43 szervezet rendelkezett végleges és 34 előzetes elismeréssel (Dudás és Juhász, 2013).

Hazánkban a TÉSZ-ek alapítását elsősorban a kezdeményezőkézség, a bizalom és a kellő mélységű információ hiánya korlátozza. Sok esetben hiányzik még a szükséges önerő a szerveződés megalakulásához. A TÉSZ alapításával és

elismerésével járó adminisztrációs terhek és a gyakran változó rendeletek elriasztják a termelőket az integrációk létrehozásától (Popp et al., 2008).

A magyar termelők – különösen a családi vállalkozók – körében nagymértékű bizonytalanság érezhető az együttműködésekhez való csatlakozás terén, a termelők mindössze 22%-a tagja valamilyen szövetkezésnek (míg Spanyolországban az arány 56%, Hollandiában 83%) (Székely és Pálinkás, 2007).

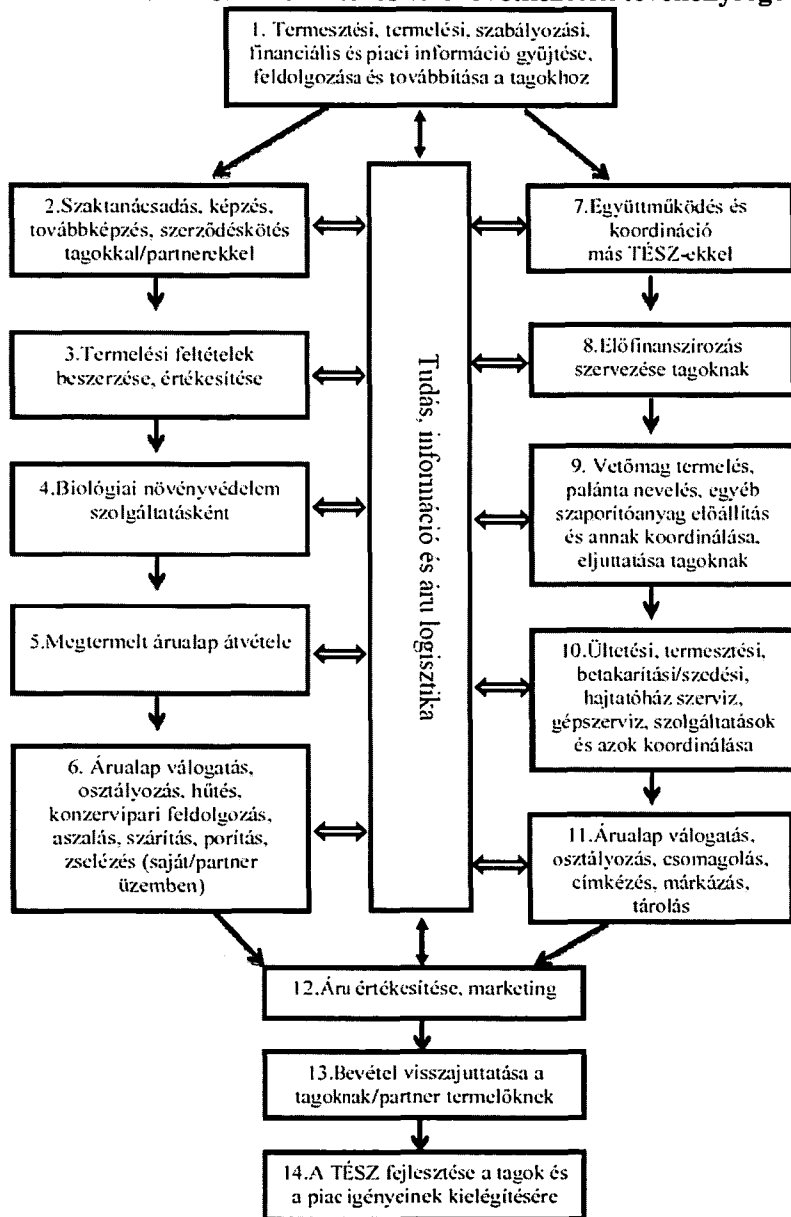
## **5. TЭСZ-ek feladata, tevékenysége**

A korábban már említett EU 2200/1996 számú Tanácsi rendeletben megfogalmazott definíció és célkitűzés alapján a TЭСZ-ek elsődleges feladatai:

- a tagok termékeinek piacra juttatása, ezáltal a kínálat koncentrálása,
- a termelés összehangolása és piaci igényekhez való illesztése,
- a termelési költségek csökkentése,
- környezetbarát termelési technológiák elterjesztése,
- a termék kisereléséhez és értékesítéséhez szükséges technikai eszközök rendelkezésre bocsátása.

Az imént kiemelt feladatkörökön túl azonban számos tevékenységet végeznek a TЭСZ-ek, melyek összetett rendszerét a 3. ábra mutatja be.

## 3. ábra: A Termelő Értékesítő Szövetkezetek tevékenysége



Forrás: Lukács (2012)

A gazdálkodóknak a termelés mellett kevés az ideje a friss információk összegyűjtésére, feldolgozására, kiválogatására, és azok termelésébe való adoptálására. Ez egy összetett és időigényes feladat, melyre a TÉSZ-ek saját szakembereket alkalmaznak, hogy ezzel is könnyítsék tagjaik munkáját. Így a termelők mindig pontos és gyors információkban részesülnek. A szaktanácsok

tartalmában kizárólag a tag és a TÉSZ érdekei játszhatnak szerepet. A továbbképzéseket szervezése fontos, melyek fejlődésre, innovációra ösztönzik a tagokat.

Mivel egyre inkább a monopóliumok irányítják a piacot ezért egyre fontosabb a gazdálkodók összefogása is, hogy beszerzéseiket közösen valósítsák meg. Minél nagyobb tételben vásárolják meg az input anyagokat, annál nagyobb alkuerejük van az árak vonatkozásában.

Biológiai növényvédelem szolgáltatásként tagoknak, partner termelőknek egy új lehetőséget ad az egyre egészségesebb zöldség és gyümölcs termékek előállítására. Ezzel a termékek szélesebb körben eladhatóbbá válnak. A TÉSZ feladata, hogy a biológiai növényvédelmet szolgáltatásként kínálja a tagok számára, és segítsen a hozzá szükséges speciális szakmai ismeretek elsajátításában.

A zöldség-gyümölcs ágazat egyik sarkalatos pontja a vetőmagtermelés, palántanevelés, egyéb szaporítóanyag előállítása. A TÉSZ feladata az adott tájegységben a legjobb minőségű terméket biztosító fajták meghatározása és beszerzése/előállítása a tagok számára.

A rendelkezésre álló árualap osztályozása, csomagolása, címkézése, márkázása, tárolása

ma már elengedhetetlenek egy zöldség-gyümölcs ágazatban működő TÉSZ számára. Minél magasabb szinten szükséges a fogyasztók igényeit kielégíteni, melyhez a TÉSZ önálló marketing tevékenységet végez. A TÉSZ fontos célja, hogy minél nagyobb értékesítési árat érjen el a piacon. A működéshez és a fejlesztéshez szükséges tartalékok elkülönítése után a TÉSZ a tagokkal való szerződéses megállapodás szerint visszaosztja a profitot a tagok számára (Lukács, 2012).

## **6. A TÉSZ-ek szerepe a zöldség-gyümölcs ágazatban**

A zöldség-gyümölcs ágazatban tevékenykedő TÉSZ-ek számos gazdasági előnyt hordoznak magukban, ugyanakkor látni kell azokat a komoly problémákat is, amelyek hátráltatják a szövetkezők fejlődését hazánkban.

Előnyök:

- A zöldség-gyümölcs ágazatban részt vevők egységesebben, a termelői érdekeket jobban képviselve jelenhetnek meg tárgyalópartnernként.
- A termelői szövetkezők szerepet játszanak a vidékfejlesztésben és a foglalkoztatás növelésében.
- A nagyobb volumenű, egységes minőségű termék jobban képes meggyőzni a fogyasztókat, és kiépíteni új értékesítési lehetőségeket. A kínálat koncentrálása révén a tagok olyan piacokon is értékesíteni tudják termékeiket, amelyeken egyedül nem tudnának megjelenni.
- A szabályozott és nyomon követhető termékszerkezet, az egységes minőség és csomagolás lehetővé teszi a piaci igényekhez való jobb alkalmazkodást.

- Valódi marketinget csak olyan nagy méretű gazdasági szereplő folytathat, amely termelési döntéseivel a kereslet-kínálat arányán változtathat, és képes a piacot befolyásolni.
- A közös infrastruktúra csökkenti a termelési költséget, mint például a hűtőtárolók, gépek, eszközök, áruvá készítő rendszerek gazdaságos működtetése. Az input anyagok áremelkedését a nagy tételben vásárló TÉSZ-ek könnyebben kivédhetik, mint az egyéni gazdaságok.
- A TÉSZ-ek szakértelmük és a pályázatírásban meglévő tapasztalataik alapján könnyebben érnek el támogatásokat.

Az előnyök mellett hiányosságok és problémák is hátráltatják a TÉSZ-ek létrehozását és működését, a legjelentősebbek:

- A nagyarányú fekete termelés és kereskedelem gátolja a szövetkezők kialakulását.
- A gazdákból hiányzik az összefogásban rejlő lehetőségek ismeretének a hiánya, visszatartják kezdeményezőkészségüket a korábbi negatív tapasztalatok.
- A termelők nehezen szánják rá magukat az együttműködésre, sarkalatos pont kapcsolataikban a bizalom.
- Gyakran hiányzik az egyöntetű minőségű, nagy mennyiségű árualap. Az árualap mennyisége és minősége túlzott mértékben függ az időjárástól.
- A tagok jó minőségű vagy adott pillanatban jobb áron értékesíthető terményeiket sok esetben a TÉSZ-en kívül, nehezen ellenőrizhető csatornákon értékesítik.
- A TÉSZ-ek beruházási terveiket nem képesek maradéktalanul megvalósítani a szükséges önerő, tőke és forgóeszközök hiányában.
- A már működő TÉSZ-ek nem ismerik fel a felsőbb szintű együttműködések, TÉSZ-szövetségek és csoportok létrehozásának fontosságát (Erdészné, 2007; Lukács, 2012).

## 7. Összegző gondolatok

Sajnálatos módon a magyar termelők még mindig bizalmatlanok, nem elég nyitottak a szövetkezetek iránt. Az elmúlt évek negatív példái sok kistermelőt visszatartanak a szövetkezetekhez való csatlakozástól. Remélhetőleg ez a sok esetben negatív kép az egyre nagyobb számú sikeresen működő szervezetek ismertségének bővülésével a jövőben pozitív irányba változhat és egyre több kistermelő lesz tagja valamely termelői szerveződésnek. Ezzel nem csak saját gazdaságuk, hanem az egész zöldség-gyümölcs ágazat fejlesztését elősegítenék.

Egyértelműen megállapítható, hogy a TÉSZ-eknek a nagyobb figyelmet kell fordítani az értékesítés szervezettségére, mivel a zöldség-gyümölcs ágazatunk csak akkor kaphat uniós támogatást, ha működnek a termelői szervezetek és az áruforgalom jelentős része rajtuk keresztül zajlik. Fontos, hogy legyenek nyitottabbak az egymással való együttműködésre, ne versenytársként, hanem partnerként kezeljék egymást, hiszen a szekunder szerveződések tovább segítik működésük és értékesítésük sikerességét. Elengedhetetlen a hazai kistermelők szövetkezési kedvének javítása érdekében a TÉSZ-ek marketing tevékenységének bővítése.

## Irodalomjegyzék

- Blaskó B., Cehla B., Kiss I., Kovács K., Lapis M., Madai H., Nagy A. Sz., Nábrádi A., Pupos T., Szöllősi L., Szűcs I. (2011): *Állattenyésztési ágazatok ökonómiája*, Debreceni Egyetem, Debrecen.
- Dudás Gy., Juhász A. (2013): A magyarországi TÉSZ-ek gazdasági szerepének vizsgálata számviteli megközelítés alapján, *Gazdálkodás*, 57 (3), 282–292.
- Erdész F.-né (2007): *A magyar gyümölcs- és zöldségpiac helyzete és kilátásai* (Agrárgazdasági tanulmányok). Agrárgazdasági Kutató Intézet, Budapest.
- Felföldi J. (2005): *Termelői értékesítő szervezetek (TÉSZ) a zöldség-gyümölcságazatban*. Szaktudás Kiadó Ház, Budapest.
- Horváth Z. (2010): *Zöldség-gyümölcs termelők együttműködése, a TÉSZ-ek értékesítési és gazdasági helyzetének vizsgálata*, PhD értekezés Szent István Egyetem, Gödöllő.
- Kis K. (2012): *A vidéki erőforrások helyzete és szerepe a Hódmezővásárhelyi kistérség gazdaságában*. Doktori (PhD) értekezés. DE IK GSZDI, Debrecen.
- Kis K. (2014): Vidékgazdaság, kultúra, lokalizáció: eltérő válaszok és fejlődési differenciák. *Jelenkori társadalmi és gazdasági folyamatok*, 9 (1–2), 9–28.
- Lukács G. S. (2012): *Termelői és értékesítési csoportok létrehozása, irányítása*. Magyar Agrárkamara, Budapest.
- Popp J., Potori, N., Udovecz G., Csikai M. (2008): *A versenyhelyek javításának lehetőségei a magyar élelmiszer-gazdaságban*. Magyar Agrárkamara és Szaktudás Kiadó Ház, Budapest.
- Szabó G. G. (2000): A szövetkezeti vertikális integráció lehetőségei a magyar élelmiszer-gazdaságban, *Szövetkezés*, 21 (1–2), 30–42.
- Szabó G. G. (2011): *Szövetkezetek az élelmiszer gazdaságban*. Agroinform Kiadó, Budapest.
- Székely Cs., Pálincás P. (2007): A hazai mezőgazdasági vállalkozások menedzsmentje európai összehasonlításban, *Gazdálkodás*, 51 (6), 3–15.
- Széles Gy. (2003): Az integráció üzemgazdasági összefüggései, *Gazdálkodás*, 47 (4), 28–36.





# KESZTHELY ÉS KÖRNYÉKÉNEK DEMOGRÁFIAI ELEMZÉSE

## 1990–2011 KÖZÖTT STATISZTIKAI ADATOK ALAPJÁN

Bajmócy Péter – Vidéki Renáta

**Absztrakt:** Tanulmányunkban Keszthely és környékének demográfiai elemzését választottuk, elsősorban a szuburbanizációs és a dezurbanizációs folyamatok tükrében. Vizsgáltuk, hogy 1990 és 2011 között milyen demográfiai változások történtek, milyen mértékű volt a Keszthelyt körülvevő településekre való beköltözés. Elmondható, hogy a vizsgált időszakban számottevően csökkenő tendenciát mutat Keszthely népességszáma, míg egyes környező települések népessége szignifikánsan növekedett. E folyamatok jól illeszkednek a hazai szuburbanizációs trendekbe, ám mértékük a hasonló méretű városok környékén megfigyelthez képest sokkal jelentősebb.

**Abstract:** In this paper we deal with the demographic processes of the region of Keszthely, Zala county, especially in the context of suburbanization and dezurbanization. We had been concentrate to the demographic processes around Keszthely between 1990 and 2011 and the in-migration to the villages around Keszthely. The population of Keszthely decreased significantly in this period, while the population of the nearby villages increased. This phenomena is very similar to the main suburban trends in Hungary, but the quantity is much larger than it is usual around a small-medium sized town.

**Kulcsszavak:** szuburbanizáció, dezurbanizáció, Keszthely környéki betelepülések

**Keywords:** suburbanization, dezurbanization, around Keszthely in-migration

### 1. Bevezetés

Az 1990-es évek második felétől erősödtek fel Magyarországon a szuburbanizációs és dezurbanizációs folyamatok, amelyek jelentős változásokat hoztak számos település életében. A szuburbanizáció során a városkörnyéki területek népessége nőtt, a dezurbanizáció során pedig egyes vidéki területek váltak kedvelt migrációs célterületté, így például az idegenforgalmi szerepkörrel rendelkező települések is.

Azért érdemes vizsgálni ezt a területet, mert már korábbi kutatásokból is kiderült, hogy a Keszthely környéki egyes települések népességszáma 1990–2011 között jelentősen növekedett. Ez azért számít különlegesnek, mert több nagyobb lélekszámú város, megyeszékhely (Békéscsaba, Eger, Kaposvár, Nagykanizsa, Szolnok, Szombathely, Tatabánya) körül jóval csekélyebb növekedés volt megfigyelhető. A Keszthelyhez hasonló méretű városok esetében a városkörnyéki dinamikus települések népességnövekménye (már ha vannak ilyenek) csak ötödede a Keszthely környékén megfigyeltnek.

Munkánk első felében általánosságban kerül bemutatásra a szuburbanizáció és dezurbanizáció. Majd Keszthely és környékének demográfiai bemutatását végezzük el statisztikai adatok segítségével.

## 2. Szuburbanizáció és dezurbanizáció definiálása

„A szakirodalomban használt szuburbia megnevezés a magyar külvárosnak, elővárosnak megfelelő latin „suburbium” szóból származik. „Sub” itt azt jelenti: alatt, közelében, „urbs” annyit tesz: város” (Tímár, 1999: 8).

A szuburbanizáció egyszerre koncentrációs és dekoncentrációs folyamat. Koncentráció abban az értelemben, hogy a népesség továbbra is a nagyvárosi zónákban összpontosul a vidék rovására. Dekoncentrációnak mondható, abban az értelemben, hogy a népesség egy része, a termelő és nem termelő tevékenységek a várost övező térségekben koncentrálódnak, a központi város helyett. A tőke, és a beruházások egy része is ezekre a városkörnyéki településekre koncentrálódnak (Tímár, 1999).

1990 és 2001 között mondhatók legdinamikusabbnak Magyarországon a szuburbán folyamatok. A központi város népességaránya fogyott, a városok szuburbán zónáinak népessége kezdett el nőni. Először Budapest és a vidéki nagyvárosok esetében volt megfigyelhető ez a folyamat, majd a közép-és nagyvárosoknál is. A vidéki szuburbán terek népességaránya is növekedett. A 2004–2006 közötti időszakban a szuburbanizációs folyamatok lelassultak a legtöbb nagyváros körül, Budapest környékén még tartott ez a folyamat, majd 2010-re minimálisra csökkent. Jelentősen összezsugorodtak a szuburbán zónák, ezen kívül egyes városok esetében el is tűntek: Békéscsaba, Szekszárd, Salgótarján, Szolnok esetében. Jelentőssé vált a Budapest környéki zóna összezsugorodása (Bajmócy és Györki, 2012).

Dezurbánnak azon települések tekinthetők, melyek a városi agglomeráción kívül helyezkednek el, és népességük növekedése elsősorban a nagyvárosokból érkező pozitív vándorlási egyenlegnek köszönhető. A folyamat során a népesség valóságos, abszolút dekoncentrációja zajlik, mely a távközlési, telekommunikációs technológiák és a közlekedést felgyorsító, megkönnyítő fejlesztéseknek valamint az emberek megváltozott értékrendjének köszönhetően egy kiegyenlítettebb településrendszert hoz létre (Bajmócy et al., 2011).

## 3. Keszthely és a környező települések bemutatása

Kutatásunk alapját a Keszthelyi járás egyes települései képezik, azok a települések a járáson belül, amelyek Keszthelyhez közel helyezkednek el, fejlettebbek, általában idegenforgalmilag is kedveltek és jelentősebb népességgyarapodással rendelkeznek. Ezen települések: Keszthely mellett Hévíz, Alsópáhok, Felsőpáhok, Balatonyörök, Cserszegtomaj, Felsőpáhok, Gyenesdiás, Vonyarcvashegy, Nemesbük, Rezi és Sármellék.

Keszthely Zala megyében, a Balaton nyugati csücskében elhelyezkedő különleges szerepkörű vidéki kisváros. Festetics család által válhatott híressé. Óriási uradalommal rendelkezett a Festetics család, Keszthely mezővároson és polgárvároson kívül a 18. században a környező szőlőhegyek is az uradalomhoz tartoztak. Ilyen szőlőhegy volt Cserszeg, Tomaj, Diás, Gyenes, Vashegy, Vonyarc,

Rezi. Később ezek önálló településekké váltak (Kurucz et al., 1996). Területe 75,98 km<sup>2</sup>, teljes népessége 20 215 fő (2014. január 1.). Kedvező természeti adottságokkal rendelkezik (Balaton, Keszthelyi-hegység).

Hévíz a második legnagyobb népességszámmal (4 685 fő, 2014. január 1.) rendelkező település Keszthely után az általunk vizsgált települések között. Keszthelytől 7 km-re helyezkedik el. Vonzerejét elsősorban a gyógyító jelenlétének köszönheti, gyógyfürdő várossá vált. Ez a meleg vizű tó egyedülálló a világon, a vulkáni utóműködésnek köszönhetően több mint 20 000 éve tör fel a kénesek kigőzölgesű víz. Mozgásszervi betegek gyógyvizévé vált, különlegessége a gyógyiszap-terápia. Nagyon sok eltérő típusú apartman, panzió, hotel, villa és kemping közül válogathatnak a turisták. Ezek mellett megtalálhatóak három- és négycsillagos szállodák is. Számos vendéglátóhellyel, étteremmel rendelkezik a település, különleges zalai gasztronómiai élményekkel várják a turistákat (Bagyinszki, 2003). Megfelelő lakókörnyezetet is tud nyújtani az odateleplőknek, sok új, komfortos ingatlannal rendelkezik. Minden korosztály megtalálhatja a számára fontos szükségleteket, szolgáltatásokat. A nyugdíjba vonuláshoz köthető költözések is számottevőek Hévíz környékén, 27% (Bajmócy et al., 2011), feltehetően a gyógyvíznek köszönhetően. Főként azért a tehetősebbek számára lehet kedvező, mert az ingatlanok és a különböző szolgáltatások igencsak drágák.

Nagy vonzerővel bíró települések még Gyenesdiás és Csersztomaj. Keszthely környékén ezen két település, amelyeknek a legdinamikusabban nő a népessége és a leginkább törekednek arra, hogy minél fejlettebbé válhassanak.

Csersztomaj Magyarország egyik legnagyobb kiterjedésű faluja. Népessége a népszámlálás alapján 2001-ben 1 909 fő volt, 2011-re már 2 824 főre emelkedett. Már ősidők óta lakják a területet, nyugati oldalon volt a Tomaj falurész, keleti oldalon alakult ki Cserszeg, hegyközségek voltak, amelyek hosszú ideig Keszthelyhez tartoztak, annak szőlőhegyei voltak. A Keszthelyről kivándorló lakosoknak köszönhetik meglétüket, állandó lakossal a 18. század második felétől rendelkeznek. Majd 1846-ban egyesült a két falurész (Molnár és Gál (szerk.), 2007). Kezdetben fő vonzerejét Keszthely és Hévíz közelsége és a kedvező természeti adottságok mellett, a szőlőtermesztésre épülő borgazdaságának köszönhette. Népességgyarapodását figyelembe véve nem csak a turisták számára kedvelt hely, hanem migrációs célterületté is vált főként a fiatalok és a családostok számára, de minden korosztály számára ideális lakókörnyezetet nyújt.

Gyenesdiás tulajdonképpen Keszthellyel egybeolvad területileg, de közigazgatásilag teljesen különálló település 1846 óta, ugyanúgy, mint Csersztomaj, korábban Gyenesdiás is két falurészből állt Gyenesből és Diásból, ezek a területek is a Keszthelyt körülvevő szőlőhegyek egy részét alkották (Molnár és Gál (szerk.), 2007). A népességgyarapodás, ideteleplés okai itt is főként azok lehetnek, mint Csersztomaj esetében.

#### 4. Keszthely és környéke a demográfia tükrében

A térség demográfiája összességében nem mondható kedvezőnek. Erre a területre is általánosságban jellemző a természetes fogyás és az elöregedés, mint ahogy országunk legtöbb területén is ezek a folyamatok figyelhetők meg. Az okok a következők lehetnek: a születéskor várható élettartam magas, a születések száma alacsony, az idős korosztály részaránya nő, elöregszik a társadalom. Ugyanakkor jelentős migrációs folyamatok is meghatározóak. Az általunk vizsgált települések kedvezőbb helyzetben vannak a kistérségen belül, különösen Vonyarcvashegy, Gyenesdiás, Cserszegtomaj, Hévíz és Balatongyörök. A természetes szaporodás ugyan itt sem túl kedvező, de a pozitív migrációs folyamatok ezt ellensúlyozni tudják.

1. táblázat: Népességváltozás 1960–2011 között Keszthely környékén (fő)

Település	Jogállás	Terüle	1960	1970	1980	1990	2001	2011
Keszthely	város	7 598	15 12	17 90	21 73	22 23	22 38	20 61
Alsópáhok	község	1 802	1 325	1 196	1 258	1 172	1 313	1 376
Balatongyörök	község	3 759	852	758	655	695	796	1 022
Cserszegtomaj	község	1 260	1 481	1 321	1 319	1 472	1 909	2 824
Felsőpáhok	község	727	753	663	652	588	565	640
Gyenesdiás	nagyközség	1 850	1 517	1 459	1 608	2 062	2 711	3 411
Hévíz	város	831	3 066	2 736	5 516	4 262	4 310	4 715
Nemesbük	község	998	945	792	647	571	591	701
Rezi	község	2 978	1 429	1 215	1 091	1 017	1 102	1 141
Sármellék	község	3 537	2 811	2 100	1 946	1 759	1 829	1 847
Vonyarcvashegy	nagyközség	1 428	1 015	1 034	1 253	1 667	1 821	2 121

Forrás: KSH alapján saját szerkesztés

Az 1. táblázatból láthatjuk, hogyan alakult az egyes települések népessége 1960-tól 2011-ig. 1960-as évek népességszámához képest 1970-re Keszthely és Vonyarcvashegy kivételével az összes általunk vizsgált településnek csökkent a népességszáma. Keszthely esetében 2 777 fővel nőtt a népesség, Vonyarcvashegy csak 19 fővel gyarapodott. A többi település esetében népességcsökkenés volt a megfigyelhető, egyes települések csak kis számban veszítettek népességükből, valamelyikek pedig néhány 100 főt is veszítettek. Például Héviznek 330 fővel csökkent a népességszáma, ennél még jóval nagyobb különbség figyelhető meg Sármellék esetében 2 811 főről 2 100 főre csökkent a népességszám 1960 és 1970 között.

Majd az 1980-as évektől az urbanizáció üteme lelassult, és 1980 második felétől a szuburbanizáció vált jelentőssé (Bajmócy, 1999). A turizmus is egyre inkább előretört, felértékelődtek azon területek, amelyek jelentős természeti vagy egyéb kedvező adottságokkal rendelkeznek. Ezeket megfelelően kihasználva a

turisták számára egyes települések felértékelődtek és vonzóvá váltak. Hévíz esetében jól látható a turizmus általi pozitív migrációs nyereség, hiszen a gyógyvíz adta lehetőségeket kihasználva rengeteg embert kezdett vonzani. A gyógy- és wellness turizmus 1980-tól kiemelt szerepet töltött be. Valószínűleg ennek köszönhető, hogy Hévíz népessége 1980-ra több mint duplájára, 5 516 főre gyarapodott. Jól látható az *1. táblázatból*, hogy 1980-tól azon települések népességszáma kezdett nagyobb ütemben növekedni, amelyek közvetlen a Balaton-partján helyezkednek el. Kiemelten Gyenesdiás és Vonyarcvashegy esetében láthatunk jelentős növekedést, kivételt képez Cserszegtomaj, amely nem közvetlenül a Balaton partján fekszik mégis 1980-tól jelentősen elkezdett növekedni lakosainak száma. Feltehetően fő vonzerejüket Gyenesdiás és Vonyarcvashegy a vízpart közelségének köszönhetette. Cserszegtomaj pedig kedvelté válhatott Keszthelyhez való közelsége révén, melyet a szőlőtermesztés és a borgazdaság egészített ki. A kisebb települések népességszáma 1980 és 1990 között csökkenést mutatott. Majd 1990-től a szuburbanizáció kezdetével és ezt követő dezurbanizáció megjelenésével, egyre inkább felértékelődtek a városkörnyéki területek és a kedvező adottságokkal rendelkező vidékies jellegű települések. Jól látható, hogy Keszthely népességnövekedése tulajdonképpen 1990-ig volt jelentősebb, majd inkább stagnálás figyelhető meg, 2011-re pedig fogyni kezdett a népesség, ennek részben egyik potenciális oka lehet a természetes fogyás, másik lehetséges ok lehet az elvándorlás és kiköltözés a környező településekre. 2001-re minden környező kisebb település népességszáma növekedést mutatott kivéve Felsőpáhok, de 2011-re már Felsőpáhok lélekszáma is növekedett, ugrásszerű növekedés Cserszegtomaj esetében tapasztalható 1 909 főről 2 824 főre.

A lakosságszám növekedését főként kisebb gyermekes, fiatal odateleplülő lakosainak köszönheti, akik nyugodt, barátságos, sok zöldterülettel rendelkező, a nagyobb város zajától távol kívánnak élni. Továbbra is – a 2011-es adatok szerint – megfigyelhető Gyenesdiás, Vonyarcvashegy népességnövekedése, továbbá Hévíz lakosságszáma is újra növekedésnek indult. A belföldi migrációs folyamatok mellett megjelennek a külföldi betelepülők is, ez a környék igen kedvelt hely számukra, kiemelten Hévíz térsége. Hévízen Bajmócy és társai 2011-es kérdőíves felmérése alapján a megkérdezett, frissen beköltöző személyek korábbi lakóhelye 19,2%-ban külföld volt (Bajmócy et al., 2011).

Jól szemlélteti az *2. táblázat*, hogy 1980 és 2011 között negatív tendenciát figyelhetünk meg a természetes szaporodás esetében. Az élveszületések száma egyre kevesebb, a halálozások száma pedig a legtöbb esetben meghaladja az élveszületések számát. Tulajdonképpen természetes fogyásról beszélhetünk ezen települések esetében, de igen nagy differencia mutatkozik, hiszen egyes településeknél egyre negatívabb értékek figyelhetők meg, más településeknél pedig mérséklődni látszik ez a nagyon negatív tendencia.

2. táblázat: Népeségváltozás tényezői 1980–2011 között Keszthely környékén (fő)

Település	Természetes szaporodás, ill. fogyás (-)	Vándorlási különbözet	Lakónépeség 1990	Természetes szaporodás, ill. fogyás (-)	Vándorlási különbözet	Lakónépeség 2001	Természetes szaporodás, ill. fogyás (-)	Vándorlási különbözet	Lakónépeség 2011
	1980–1989			1990–2001			2001–2011		
Hévíz	-53	-1 201	4 262	-161	209	4 310	-320	725	4 715
Keszthely	254	244	22 234	-596	750	22 388	-910	-859	20 619
Alsópáhok	-111	25	1 172	-20	161	1 313	-81	144	1 376
Balatongyörök	-81	121	695	-71	172	796	-43	269	1 022
Cserszegtomaj	-26	179	1 472	-16	453	1 909	-14	929	2 824
Felsőpáhok	-32	-32	588	-48	25	565	-35	110	640
Gyenesdiás	-58	512	2 062	-48	697	2 711	-46	746	3 411
Nemesbük	-82	6	571	-72	92	591	-40	150	701
Rezi	-51	-23	1 017	-53	138	1 102	-68	107	1 141
Sármellék	370	-557	1 759	-116	186	1 829	-151	169	1 847
Vonyarcvashegy	22	392	1 667	-57	211	1 821	-45	345	2 121

Forrás: KSH (2011) alapján saját szerkesztés

A legdrasztikusabb természetes fogyás Keszthely esetében figyelhető meg, 1980-ban pozitív természetes szaporodási értékeket láthatunk (254), majd egyre fokozódó csökkenés figyelhető meg, 1990-re -596, majd 2011-re már -910-re csökken ez az érték, 1990-től tehát természetes fogyásról beszélhetünk. Ennek lehet az az oka, hogy 1980-ban még az a korosztály, akik tervezték a gyerekvállalást, főként városokban telepedtek le, majd 1990-től a szuburbanizáció során felértékelődtek a várost övező települések országos szinten, sokan kiköltöztek.

Keszthely esetében is nagy valószínűséggel megfigyelhető ez a folyamat, a mobilisabb emberek, és azok egy része, akik nyugodt, békés, családi környezetet vágytak, kiköltöztek a környező településekre és ott alapítottak családot. Mindez egyezik az országos demográfiai és szuburbanizációs trendekkel. A Keszthely környezetében levő fejlettebb, kedvező adottságokkal rendelkező települések természetes szaporodási értéke javuló tendenciát mutat 2001–2011 között kiemelten Cserszegtomaj, amely a legkedvezőbb mutatókkal rendelkezik (-14).

A természetes szaporodás mellett a vándorlási különbözet is nagy eltéréseket mutat az egyes települések vonatkozásában, ebben az esetben is látható, hogy Keszthely dominanciája mennyit csökkent 1980 és 2011 között. 1980-ban és 1990-

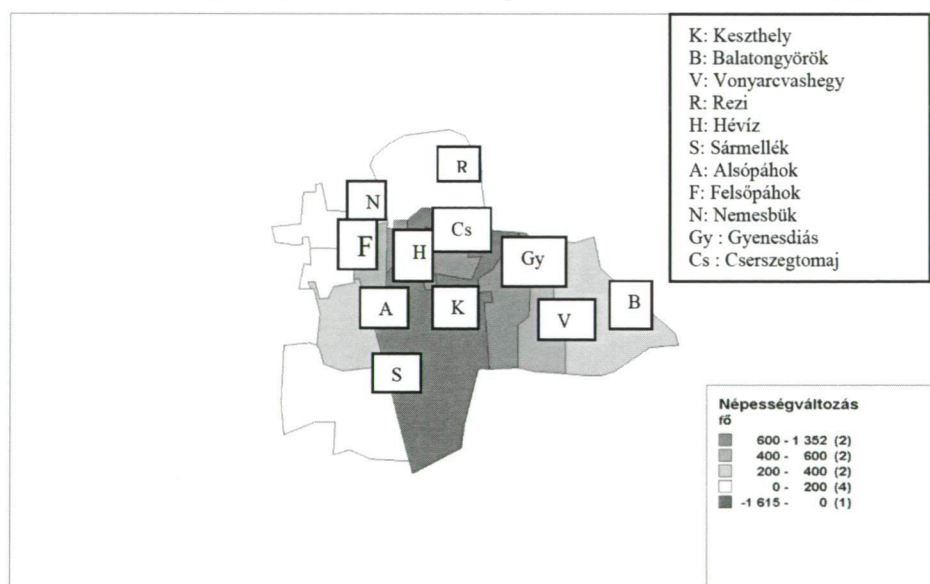
ben még pozitív a vándorlási különbözet, majd 2011-re már negatív értéket láthatunk. A többi település esetében pedig egyértelműen javulás fedezhető fel, 2011-re az összes többi településnek pozitív a vándorlási különbözete. Hévíz migrációs trendjei eltérnek a többi településtől, hiszen 1980-ban a vándorlási különbözet: -1 201, majd 1990-ben már 209, 2011-ben pedig 725 fő. Ez alapján látható, hogy az odavándorlások száma jóval meghaladja az elvándorlások számát.

A fő vonzerő, ahogy már korábban is említettem a gyógyvíz és az erre épülő folyamatosan bővülő szolgáltatások megléte, van jelentős számú, jó állapotú ingatlan, ezen kívül jelentős előny a sok zöld terület: véderdő és parkok, amelyek egy egészséges, élhető környezetet biztosítanak. A legjobb helyen szerepel Csereszegtomaj, hiszen a vándorlási különbözete 2001–2011 között 929, továbbá Gyenesdiás és Vonyarcvashegy vándorlási különbözete is igen kedvező.

A 2. táblázatban szereplő adatokat felhasználva a MapInfo program segítségével készítettük el a népességváltozás, a természetes szaporodás és a vándorlási különbözeti térképeket, melyeket az 1-5. ábrák szemléltetnek. Az 1. ábrán figyelhetjük meg, hogyan változott a szuburbanizáció kezdetétől a települések népessége. A vizsgált 11 település népességváltozását különböző színek jelölik.

A lakónépességéből egyértelműen Keszthely veszített a környező területek javára, míg Keszthelynek fogyott a népessége 1 615 fővel, addig Csereszegtomajnak 1 352 fővel és Gyenesdiásnak pedig 1 349 fővel nőtt a lakosság száma.

1. ábra: Népességváltozás a 11 településen 1990–2011 között (fő)



Forrás: KSH népszámlálás adatai alapján, saját számítás és saját szerkesztés

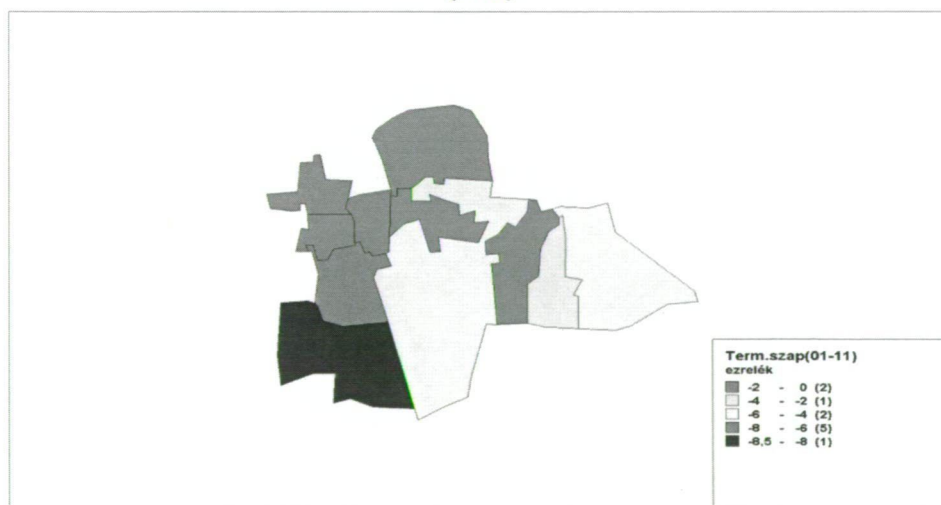
Hévíz és Vonyarcvashegy népességnövekedése is jelentős, több mint 450 fő, még Alsópáhok és Balatongyörök is magáénak tudhat 200–300 fős növekedést, míg Sármellék, Rezi, Felsőpáhok, Nemesbük esetében kismértékű, 100 fő alatti növekedésről beszélünk. A járás Keszthelytől távolabbi településeinek népességszáma ugyanakkor fogyott.

**2. ábra: Természetes szaporodás/fogyás a 11 településen 1990–2001 között (ráta)**



Forrás: KSH népszámlálás adatai alapján saját számítás és saját szerkesztés

**3. ábra: Természetes szaporodás/fogyás a 11 településen 2001–2011 között (ráta)**



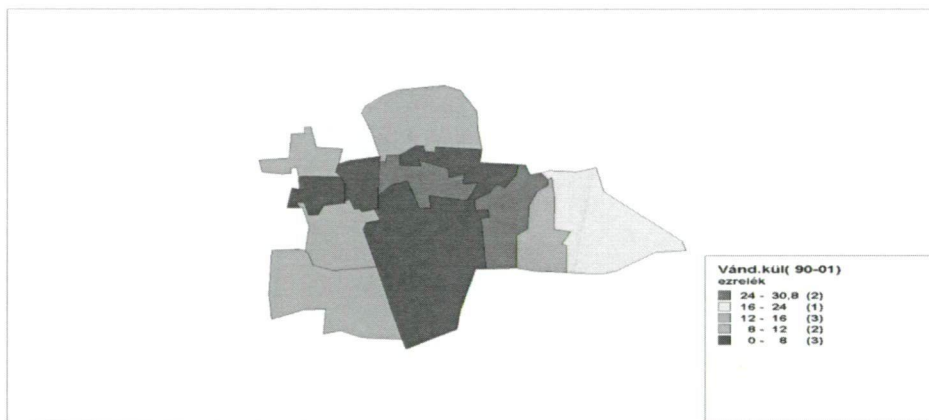
Forrás: KSH népszámlálás adatai alapján saját számítás és saját szerkesztés



A 2. és 3. ábrán közölt információk igen nagy eltéréseket mutatnak a természetes szaporodás/fogyás alakulásában. 1990–2001 között még Nemesbük (-11,5) és Balatongyörök (-9,3) rendelkezett a legnegatívabb értékkel. 2001–2011 között átalakultak a folyamatok, Nemesbük (világosabb kék) és Balatongyörök fogyása mérséklődött, helyükbe Sármellék lépett (-8,3), továbbá még néhány település természetes fogyása is számottevőbbé vált 2001–2011 között. Míg Alsópáhok 1990–2001 között nagyon jó helyen szerepelt (-1,6), 2001–2011 között már -6,2 a fogyás mértéke. Hévíz, Felsőpáhok, Rezi esetében is jelentős fogyás figyelhető meg. Ezeken kívül Keszthelyen is növekszik a fogyás mértéke. A legkedvezőbb képet Csersztomaj adatai mutatják, mindkét időszakban a legjobb helyen szerepel, 1990–2001 között -1,0 az érték, 2001–2011 között pedig -0,7.

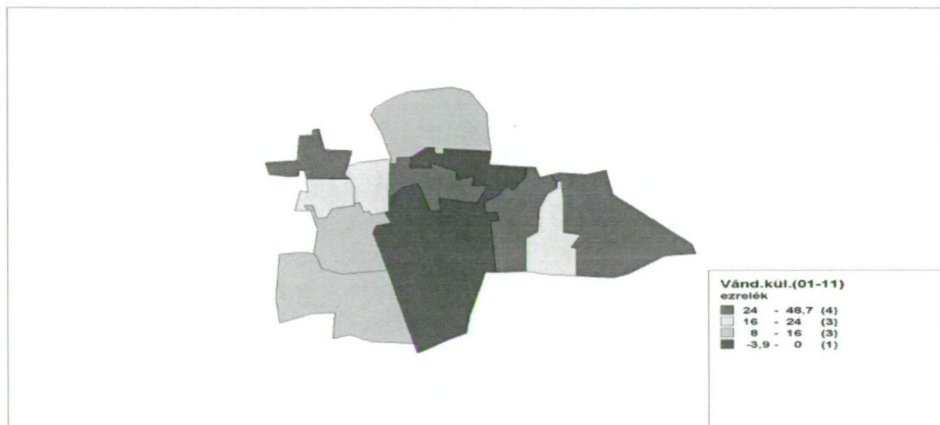
Ezen kívül nagyon jó helyen szerepel még Gyenesdiás is, itt is mérséklődni látszik a fogyás és Vonyarcvashegy is kedvező adatokkal rendelkezik. Ezek az ábrák is mutatják, Csersztomaj és Gyenesdiás erősödését, folyamatos fejlődését. Az értékekből következtethetünk arra, hogy az aktív korúak, 30-as korosztály az, akik kiköltözhetnek, ők azok, akik gyermeket vállalnak, és így egyre inkább javulhatnak a természetes szaporodás mutatói.

4. ábra: Vándorlási különbözet a 11 településen 1990–2001 között (ráta)



Forrás: KSH népszámlálási adatai alapján saját számítás és saját szerkesztés

5. ábra: Vándorlási különbözet a 11 településen 2001–2011 között (ráta)



Forrás: KSH népszámlálási adatai alapján saját számítás és saját szerkesztés

A vándorlási különbözet is eltérő képet mutat, bár itt nincsenek akkora eltérések a két időszakban, mint a természetes szaporodás esetében. Egyértelműen látszik mindkét időszak esetén, hogy Keszthely folyamatosan veszít népességéből, ahogy már a 2. táblázat is mutatta. Keszthely vándorlási különbözete negatívvá változott a 2001-ről 2011-re. A települések nagy részének a vándorlási különbözete megnövekedett, különösen azoké, amelyek a turizmus által kedvelt célterületek, és amelyek élhető, jó környezetet és magas szintű szolgáltatásokat tudnak nyújtani.

Míg az 1990–2001-es időszakban csak Cserszegtomajnak és Gyenesdiásnak volt a legkedvezőbb a vándorlási különbözete, addigra 2001–2011-es időszakra ez még kiegészült Hévízzel és Balatongyörökkel.

**3. táblázat: Legmeghatározóbb nemzetiségek a vizsgált településeken 2011. évi adatok alapján (fő)**

Település	Magyar	Cigány	Horvát	Román	Német	Egyéb	Összesen	Népesség-szám
Hévíz	3 819	4	13	6	201	108	4 151	4 715
Keszthely	17 229	133	38	29	424	264	18 111	20 619
Alsópáhok	1 194	5	-	4	61	17	1 281	1 376
Balatongyörök	763	-	-	-	50	15	828	1 022
Cserszegtomaj	2 285	41	-	6	164	40	2 536	2 824
Felsőpáhok	542	-	-	-	23	6	571	640
Gyenesdiás	2 976	7	3	4	189	76	3 255	3 411
Nemesbük	576	10	-	4	66	9	665	701
Rezi	1 020	30	-	-	36	11	1 097	1 141
Sármellék	1 605	61	-	5	34	11	1 716	1 847
Vonyarcvas-hegy	1 687	4	3	-	129	17	1 840	2 121

Forrás: KSH (2011) alapján saját szerkesztés

A 3. táblázat jól szemlélteti, hogy többségben magyarok élnek ezeken a településeken, de jelentős számban találhatóak más nemzetiségek is. Ahogy korábban is említettem igen sok a külföldi betelepülő Hévíz térségébe. A gyógytó megléte Hévízen, az ehhez kapcsolódó szolgáltatások, sok újépítésű ingatlan, továbbá a különleges természeti környezet, és a Balaton part közelsége, ami meghatározza a környék vonzóképességét. A legmeghatározóbb nemzetiséget a németek alkotják. A már korábban említett különböző jellemzők alapján megfigyelhető volt Keszthely és Hévíz dominanciája, jól mutatja a 6. táblázat, hogy ezeken a településeken élnek legjelentősebb számban más nemzetiségek, kiemelten a németek. Jellemzően, valószínűleg olyan németek települnek be, akik tehetősebbek, többek között jó anyagi körülményekkel rendelkező nyugdíjasok, akiknek minden feltétel adott ahhoz, hogy megvegyenek drágább telkeket, ingatlanokat, a különböző, akár speciálisabb, luxus szolgáltatásokat is könnyedén igénybe tudják venni. Azért válhatott kedvelt lakóhellyé, mert itt minden adott számukra, hogy egy jó élhető környezetben élhessenek, de főként a gyógyvíz és az erre épülő szolgáltatások plusz a Balaton közelsége, a jó kulturális lehetőségek, ezek lehetnek a fő motivációk a költözésnél. Feltételezhető, hogy egy részük már korábban is járt ebben a térségben nyaralni, és megtapasztalták a Hévízi-tó jótékony hatásait. Vonzó lehet számukra a Balaton és az ehhez kötődő rekreációs tevékenységek, és kellemesnek, kedvezőnek találják a térség miliójét.

Cigány lakosság többnyire csak Keszthely területére korlátozódik, többi településen elvétve élnek, Balatongyörök és Felsőpáhok esetében a KSH adatai alapján nem él roma lakosság. Továbbá kisebb számban horvát és román

nemzetiségűek és más egyéb nemzetiségek (például szerb, szlovák, orosz, ukrán) élnek a térségben.

**4. táblázat: A népesség gazdasági aktivitása, 2011**

Település	Foglalkoztatott		Munkanélküli		Inaktív		Eltartott		Összesen
	fő	%	fő	%	fő	%	fő	%	
Hévíz	2 019	42,8	170	3,6	1 674	35,5	852	18,0	4 715
Keszthely	8 545	41,4	964	4,7	6 277	30,4	4 833	23,4	20 619
Alsópáhok	607	44,1	53	3,9	418	30,4	298	21,7	1 376
Balatongyörök	394	38,6	48	4,7	358	35,0	222	21,7	1 022
Cserszegtomaj	1 171	41,5	135	4,8	775	27,4	743	26,3	2 824
Gyenesdiás	1 474	43,2	160	4,7	913	26,8	864	25,3	3 411
Felsőpáhok	278	43,4	21	3,2	183	28,6	158	24,7	640
Nemesbük	250	35,7	41	5,8	251	35,8	159	22,7	701
Rezi	470	41,2	69	6,0	326	28,6	276	24,2	1 141
Sármellék	778	42,1	105	5,7	568	30,8	396	21,4	1 847
Vonyarcvashegy	933	44,0	81	3,8	657	31,0	450	21,2	2 121

Forrás: KSH (2011) alapján saját szerkesztés

A térség gazdasági aktivitását vizsgálva megállapítható, hogy a munkanélküliség relatíve alacsony, míg magas a foglalkoztatottság (4. táblázat). A foglalkoztatottság jellemzően 40% körül alakul, kiemelten Alsópáhok (44,1%), Vonyarcvashegy (44%), Felsőpáhok (43,4%), Gyenesdiás (43,2%) és Hévíz (42,8%) esetében. Természetesen az adatok tükrözik a térség szolgáltató szektorának szezonálisából származó különbségeket is. Ezt is figyelembe véve kedvezőnek mondhatóak a foglalkoztatottsági adatok. A munkanélküliség átlagosan 3,6%–6,0% között van a vizsgált térségben. A magasabb foglalkoztatottságú településeken alacsonyabb a mutatószám, így például Alsópáhokon 3,9% és Hévízen 3,6%-os a munkanélküliség. Az inaktív keresők aránya átlagosan 27–35% között mozog, míg az eltartottak aránya 18–26% közötti értéket mutat. Mind a foglalkoztatottak, inaktívok, eltartottak száma körülbelül megegyezik az országos átlaggal, egyedül a munkanélküliség mutat kedvezőbb képet (KSH 2011. évi adatok alapján).

## 5. Összegzés

A demográfiai vizsgálatok alapján egyértelműen kiderül, hogy a központi város, Keszthely népessége folyamatosan csökkent a vizsgált időszakban. Míg a legnagyobb növekedést a közvetlen környezetében elhelyezkedő Gyenesdiás és Cserszegtomaj tudhatja magáénak. Ezeken a településeken szinte megduplázódott a népességszám, ehhez társult a folyamatos fejlődés, mind gazdasági, mind

infrastrukturális vonatkozásban. Szintén számottevően növekedett Hévíz, Vonyarcvashegy népessége. A többi települést kisebb léptékű növekedés jellemezte.

## **Irodalomjegyzék**

- Bagyinszki Z. (2003): *Hévíz - A gyógyfürdők városa*. Tóth Könyvkereskedés és Kiadó Kft, Debrecen.
- Bajmócy P. (1999): A szuburbanizáció sajátosságai Pécs környékén. *Földrajzi Értesítő*, 48 (1-2), 127-138.
- Bajmócy P., Györki A. (2012): A szuburbanizáció virágkor és hanyatlása Magyarországon. *Településföldrajzi Tanulmányok*, 2, 1-17.
- Bajmócy P., Hosszú Sz., Dudás R., Balizs D. (2011): A szuburbanizáció és dezurbanizáció motivációi Magyarországon. In: Csapó T., Kocsis Zs. (szerk.): *Az 1971. évi OTK és hatása a hazai településrendszerre (szuburbanizáció, aprófalvak, településszerkezet)*. Szombathely, 181-194.
- Kurucz Gy., Fehér Gy., Zsidi V. (1996): *Georgikon 2000*. Pannon Agrártudományi Egyetem Georgikon Mezőgazdaságtudományi Kar, 29-45.
- Molnár A., Gál L. (szerk.) (2007): *Gyenesdiás Nagyközség Monográfiája*. Gyenesdiás Nagyközség Önkormányzata.
- Tímár J. (1999): Elméleti kérdések a szuburbanizációról. *Földrajzi Értesítő*, 48 (1-2), 7-31.



# **SZÁLLÍTMÁNYOZÁS, LOGISZTIKA, MECHATRONIKA**





## **A KÖZÚTI ÁRUSZÁLLÍTÁS ÉS SZÁLLÍTMÁNYOZÁS KIHÍVÁSAI NAPJAINKBAN**

Oláh Judit

**Absztrakt:** Kutatásomban megvizsgáltam a közúti fuvarozás és szállítmányozás magyar gazdaságban elfoglalt helyét és annak jelentőségét, ismertetve a belföldi és nemzetközi áruszállításra vonatkozó szabályozásokat, azok fontosságát a hatékony szállítmányozás érdekében. Hangsúlyt kapnak a szállítmányozási tevékenység során jelentkező kihívások, amelyekkel csak megfelelő ismeretek birtokában képesek megbirkózni a fuvarszervező szakemberek. Megvizsgáltam az utóbbi években lezajló változásokat és az azokhoz való alkalmazkodás lehetőségeit, módjait. Elemeztem a 2013-ban bevezetett elektronikus útdíj hatásait az ágazatra, annak előnyeivel és nehézségeivel együtt.

**Abstract:** The relevance and importance of the road transportation and forwarding were investigated detailing the regulation relating to the inland and international transportation of goods, and their significance for the sake of efficient transportation. Challenges appearing during the transportation processes were emphasized, which have to be coped with by experts only with special knowledge. The changes of the past years and moreover, the opportunities and methods were examined for harmonizing with them. The effects of the electronic toll introduced in 2013 were analyzed on the sector altogether with its advantages and difficulties

**Kulcsszavak:** közúti szállítmányozás, fuvarozás, közút, elektronikus-útdíj

**Keywords:** road transportation, forwarding, public road, electronic toll

### **1. Bevezetés**

A napjainkra jellemző felgyorsult információáramlás, fokozódó verseny és a technológiai fejlődés egyre nagyobb kihívások elé állítja az emberiséget, amelyek megkívánják az egyének megfelelő felkészültségét területtől függetlenül. A logisztikai folyamatok szervezése és továbbfejlesztése mindennapi feladat, állandó az idővel való versenyfutás. Magyarországon az elmúlt években lezajló gazdasági és technológiai változások a szállítmányozás területén is jelentős kihívásokkal szembesítették az ágazat szereplőit. A legtöbb vezető a logisztikai költségek csökkentésében látta, vagy látja a megoldást, ami első körben segítette is a vállalatokat a versenyben maradásban, azonban az is nyilvánvalóvá vált, hogy szükség van fejlesztésekre, mivel hosszú távon csak ez tesz egy vállalatot sikeressé.

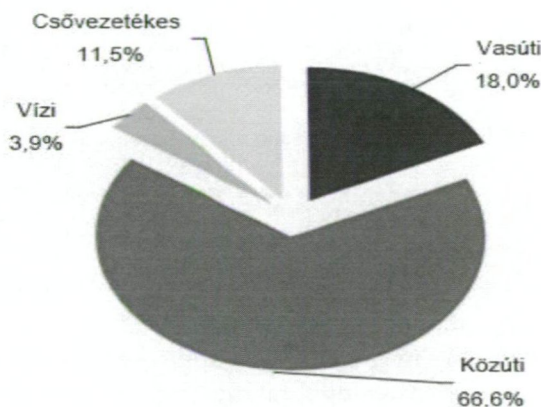
### **2. Közúti áruszállítás**

A közúti fuvarozás szerepe jellemzően az 1990-es évektől növekedett a vasúti szállítások háttérbe szorulásával. A hirtelen felgyorsult gazdaságban az elsődleges szempont a gyorsaság lett, ami a vasúti szállításokra nem volt jellemző, továbbá az újonnan létrejövő üzlethálózatok, gyárak és logisztikai központok nagyon kis számban rendelkeztek a vasúti szállításokhoz szükséges iparvágánnyal. A közút

napjainkban is jelentős túlsúlyt képvisel a magyar áruszállításban, habár részesedése évek óta fokozatosan apad. Az Európai Unió célkitűzése, amit az ún. Fehér Könyvben fogalmazott meg, hogy a háromszáz kilométert meghaladó távolság esetén, az áruszállítást a közútról a vasútra és egyéb szállítási módokra kell áttéríteni. 2030-ra 30%-ot és 2050-re 50%-ot kell kiváltani más szállítási módokkal. Bár a közúti fuvarozásnak vannak a legmagasabb környezetszennyezési paraméterei, az utóbbi években egyre inkább domináns „zöld” gondolkodásmód ellenére is ez a fő árutovábbítási mód Európában.

A Központi Statisztikai Hivatal 2012-es adatai alapján a magyar szállítási ágazat tulajdonképpen megkezdte az elmozdulást ebbe az irányba. Habár a módoszatok közül továbbra is messze a közúti részesedése a legnagyobb, részaránya a volument tekintve 2010 óta folyamatosan csökken. Míg 2010-ben az áruk 71,4%-át szállították közúton, addig egy évvel később 68,1%-át, 2012-ben pedig csak 66,6%-át (KSH, 2013) (1. ábra).

*1. ábra: Az áruszállítási teljesítmények megoszlása árutonna-kilométer alapján*



Forrás: Központi Statisztikai Hivatal (2013)

A közúti áruszállítás számos előnnyel bír, hiszen sűrű hálózattal rendelkezik, megvalósítható vele a háztól házig szállítás, átrakás nélkül, így az átrakásból adódó sérülési kockázatok is minimálisak. Széles áruskála szállítható vele, rugalmas, igény esetén könnyen módosítható az útvonal (Földesi, 2006). Ugyanakkor a gazdaságos szállítási távolságot a szakirodalom 750 km-re becsüli. Ezt a Központi Statisztikai Hivatal, 2012-es adatai is alátámasztják, hiszen az átlagos közúti szállítási távolság belföldön 70,4 km, a nemzetközi fuvarozásban pedig 702,1 km volt 2012-ben.

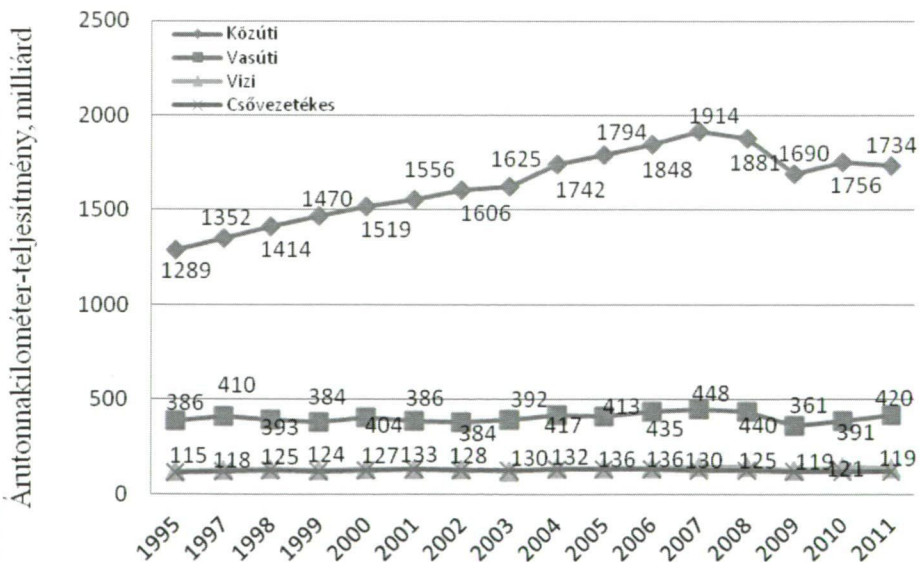
Az előnyök mellett azért természetesen hátrányai is vannak ennek a szállítási módnak, amelyek a szállítmányozás szempontjából a következők lehetnek (Dankó, 2009):

- Nagy várakozási idők, kamionstop, határátkelők, balesetek miatt.

- Az úthálózat túlterhelt, zsúfolt és balesetveszélyes, a közutak forgalma folyamatosan növekvő tendenciát mutat.
- Tömégárak fuvarozása nem gazdaságos.
- A többi közlekedési ágazathoz képest leginkább élőmunka igényes.
- Nincs kötött díjszabás, fuvaronként alku tárgyat képezheti a fuvardíj.
- Függ az időjárási viszonyoktól, télen megnövekedhetnek a szállítási határidők.
- Rakomány tömeg (maximális 40 tonna), és méret korlátok.
- Bizonyos áruféleségek csak szigorú jogszabályi előírások betartásával továbbíthatók.
- Útvonal használati díjak, behajtási engedélyek aállítás költségeit növelik.
- Környezetszennyezés, kibocsátott gázok.
- EU-n kívüli országokba közlekedési engedély köteles.

2012-ben a különböző áruszállítási módzatokban 249 millió tonna árut mozgattak meg. Ez 7,4%-kal kevesebb az előző évinél, ami illeszkedik a 2009 óta tartó csökkenő trendbe. Az árutonna-kilométeres teljesítmény eközben csupán 1%-kal mérséklődött, ami arra utal, hogy kevesebb árut szállítottak nagyobb távolságokra, azaz nőtt a nemzetközi szállítás részaránya. Magyarország fő partnerei a kiviteli forgalomban – az előző évvel megegyező sorrendben – Ausztria, Németország, Olaszország, Szlovákia és Románia. A behozatali forgalomban a volument tekintve Németországból érkezik a legtöbb áru, míg Szlovákia megelőzte Ausztriát, Románia pedig Olaszországot a 2011. évi sorrendhez képest (KSH, 2013).

2. ábra: Áruszállítási teljesítmények szállítási módok szerint, EU 27



Forrás: KSH (2012) alapján saját szerkesztés

A közút szerepe az Európai Unióban (EU) is számottevő, hiszen a teljes európai áruforgalom közel 70%-a tehergépjárműveken történik (2. ábra). Az ábrán a piaci tendenciákat megfigyelve láthatjuk, hogy az EU 27 országában, mind árutonna kilométerben, mind árutömegben visszaesés tapasztalható a 2007 utáni időszakban. A 2009-es jelentős csökkenés azt mutatja, hogy a gazdasági világválság az áruszállítás piacát is érzékenyen érintette Magyarországon és Európában egyaránt.

### 3. Az áruszállítási piac helyzete Magyarországon

Hazánkban a földrajzi adottságok miatt a közúti áruszállítás a legelterjedtebb szállítási módozat. A közúti árufuvarozást főtevékenységként végző vállalkozások 2012-ben összesen 1 086 milliárd Ft-os árbevételről adtak számot, ami a teljes fuvarozási piac árbevételének 78%-a. A teljesítmény korábbi évekhez viszonyított növekedését vélhetően elsősorban a harmadik országok közötti fuvarozások növekedésével érték el a piaci szereplők. A szállítmányozási és logisztikai terület 9 milliárd Ft-os növekedést ért el 2011-hez képest, 623 milliárd Ft-ot realizálva.

A közúti áruszállításban 2012-ben a cégek száma 8 830 volt, ebből 824-en foglalkoztattak tíznél több munkavállalót. Az ágazatban alkalmazásban állók létszáma növekedett a korábbi évekhez képest. A 10 főnél több munkavállalót alkalmazó cégek adják a realizált árbevétel csaknem 80%-át és foglalkoztatják az alkalmazottak 58%-át. Az ágazati profit tekintetében elmondható, hogy míg korábban ez szinte teljes egészében a nagyobb cégeknek volt köszönhető, addig 2012-ben már a profit 18%-át követelték maguknak a tíz vagy annál kevesebb főt foglalkoztató cégek. A közúti árufuvarozók nyereségének pozitív alakulását valószínűleg az e tevékenységre jellemző járműlízingek visszaszorulása okozta. Jelentősen nőtt a hatékonyság is, hiszen míg 2008-ban 18 millió Ft jutott egy alkalmazottra, addig 2012-ben már 22,5 millió Ft volt az egy főre jutó árbevétel. Ugyancsak javult a forgalomarányos nyereség (adózás előtti eredmény a forgalom százalékában).

A szállítmányozási és logisztikai ágazatban 2012-ben 1 970 cég tevékenykedett, az átlagos foglalkoztatott létszám pedig 13 844 fő volt. Az elért forgalomművekedés közel 30%-át, a 10 legnagyobb cég adta. Az ágazati sajáttőke 13%-kal volt magasabb 2012-ben a korábbi évhez képest (Navigátor, 2014).

A közúti árufuvarozók tekintetében elmondható, hogy a vállalkozások száma 2012-ben jelentősen csökkent. Sokuk a gazdasági helyzet és a bizonytalan jövőkép áldozatának tekinthető - olvasható a NIT (Magánvállalkozók Nemzeti Fuvarozó Ipartestülete) 2012-es szervezeti és gazdasági beszámolójában (II). 2011 végén még tízezer fölött volt a kizárólag belföldre érvényes engedéllyel rendelkező vállalkozások száma, egy évvel később ez a szám már nem érte el a nyolcezeret sem, a nemzetközi relációban dolgozó vállalkozások száma viszont alig mérséklődött. Folytatódik a járműpark-koncentráció, ami a 2008-2009-es válság első évétől vált

jellemzővé. 2011 végén egy fuvarozó vállalkozás átlagosan 3,8 járművet tartott üzemben, egy évvel később 4,2 járművet.

#### **4. Vállalati környezet elemzése**

Környezeten a vállalati rendszerre ható tényezők összességét értjük. Azon hatásokat, feltételeket, elemeket, amelyek befolyásolják a vállalat (és a vállalatot alkotó személyek, csoportok) viselkedését, mozgásterét. A XXI. századtól egy úgymond turbulens környezet jellemző, hiszen szinte egész iparágak alakulnak ki és tűnnek el akár néhány év alatt. A vállalkozást körülvevő környezet réteges szerveződésű, ahol a széles környezetre (világgazdaság, nemzetgazdaság) a cégnek nincs ráhatása

A PEST (Political – Politikai, Economic – Gazdasági, Socio-cultural – Társadalmi és Technological – Technológiai környezetet) elemzés során a vállalkozásra ható hosszabb távú környezeti tendenciákat vesszük számba és strukturáljuk. Ezáltal megragadhatóvá, kiemelhetővé válnak azok a fontosabb tényezők, amelyek befolyásolhatják a stratégiai döntéseket. Cél megtalálni a jelen és jövő azon környezeti tényezőit, amelyek a vállalkozás szempontjából meghatározóak (Chikán, 2008).

##### **Politikai környezet:**

- 2014-ben parlamenti választások Magyarországon, a kormány törekvése, hogy az ország ipari termelési központtá váljon. (A magyar ipar a GDP 23%-át teszi ki, szemben az EU-átlag 15%-kal).
- A gazdasági kapcsolatok építése, megállapodás Törökországgal, a feltörekvő indiai gazdasággal kapcsolatokat építeni.
- A bankszektor tulajdonviszonyainak átalakítása (bankszektor 50%-a hazai tulajdonban legyen).
- A munkát terhelő adók csökkentése, a fogyasztást terhelő adókra való áttérés.
- Az utóbbi években kiszámíthatatlanul változó jogi szabályozások: Polgári törvénykönyv változása 2014. március 15.
- 2013-ban bevezetésre került az útdíj, ami a logisztikai költségek növekedésével járt.
- A használt járművek káros anyag kibocsátásának határértékeit szabályozó rendeletek (2009-től Euro V, 2014. szeptembertől (tervezett) Euro VI bevezetése).
- A belföldi áruszállítás versenyképességének javítása érdekében az uniós minimumra csökkentették a légrugós járművek adóját, illetve mérséklődtek a helyi iparüzési adóterhek, hiszen az útdíj 7,5%-a levonható a fizetendő helyi iparüzési adóból.

**Gazdasági környezet:**

- A gazdasági válság nehezen lassan túllép a világ, de ez a magyar GDP alakulásán csak fokozatosan fog megmutatkozni.
- Az állami beruházások hatására erősödött az építőipar.
- A külső konjunktúra (legfőképp a nyugat-európai, főleg a német gazdaság élénkülésének) hatására átmenetileg javult az ipari termelés (elsősorban autóipar).
- A lassú gazdasági növekedés ellenére a vásárlóerő-paritás az európai átlagnak csak 38,9%-a. A Globális Versenyképességi Index rangsora szerint Magyarország a 2011-ben elfoglalt 47. helyéről 2013-ra a 60. helyre esett vissza, és a prognózis szerint 2014-re a 63. helyezés várható.
- Hosszú fizetési határidők, rossz fizetési morál a belföldi áruforgatás területén.
- A kisebb cégek nehezen jutnak finanszírozáshoz, például forgóeszköz hitelhez.
- Az EU által támogatott fejlesztési programok nem megfelelő kihasználása, több esetben az önrész hiánya miatt (pl. Gazdaságfejlesztési Operatív Program támogatásainak igénybevétele).
- Erősen hullámzó forint árfolyam.
- Az IMF (International Monetary Fund) 2014-es magyar inflációs várakozását 0,9%-ra csökkentette.
- Az üzemanyag árak növekedése.
- Infrastrukturális fejlesztések: Közlekedési Operatív Program célkitűzései.
- Jövedékiadó-visszatérítés, a kereskedelmi gázolaj-ár magyarországi bevezetése.

**Társadalmi környezet:**

- A szakma és az oktatás közötti kommunikáció hiánya, aminek eredménye, szakképzetlen munkaerő.
- Kevés a gyakorlott, tapasztalt szállítmányozó szakember.
- Kommunikációs problémák, az idegen nyelvismeret Magyarországon nem elég elterjedt.
- Magas munkanélküliség egyes régiókban és elsősorban a kistérségeken.
- A munkaerő mobilitás alacsony szintje.
- Tévhit, félretájékoztatás, információhiány, újdonságtól való félelem.

**Technológiai környezet:**

- A versenyképesség romlása az elavult fuvarozói géppark miatt, magasak az új járművek beszerzési költségei.
- A kisméretű cégek körében alacsony a szállítmányozók informatikai támogatása, annak ellenére, hogy széles a támogatási megoldások skálája.
- Kevés a minősítéssel rendelkező cégek száma, a nemzetközi vállalatok viszont elvárják a minősítéseket.



- A technológia fejlődésével nem fejlődnek az ágazati részvevők, kevés a megújuló járműpark, nem frissítik vagy cserélik az elavult technikai eszközöket (GPS, számítógépek).
- Lassan halad a mobil eszközök adta lehetőségek kihasználása, mivel a területen dolgozók csak kis része tudja ezeket az eszközöket kezelni.

## **5. Előzmények és az e-útdíj bevezetésének körülményei és hatásai**

Magyarországon a kormány és az érdekképviselők már 2005 óta folytattak tárgyalásokat az e-útdíj bevezetésével kapcsolatban. Ennek legfőbb oka az, hogy míg a magyar fuvarozók kötelesek voltak e-útdíj fizetésére több európai országban, addig a külföldi tranzitáló járművek viszonylag olcsón vehették igénybe a magyar utakat. A tervek szerint Magyarországon 2008 januártól vezették volna be a használatból arányos elektronikus díjrendszert az autópályákon. Az EU 2007-ben elfogadott irányelvei szerint a 3,5 tonna össztömeg feletti járművekre 2009 júliusától kellett bevezetni az útdíjat. Az EU területén belül jelenleg kétféle rendszer létezik. Az egyik a mikrohullám alapú GO-BOX rendszer, ami például Ausztriában is működik. A járművek szélvédőjére kell rögzíteni egy eszközt, amelyet a díjellenőrző kapuknál lévő szerkezet olvas le. Előnye, hogy a fedélzeti egység olcsó és használata egyszerű, hátránya viszont az, hogy sok útmenti berendezésre van szükség, ezért a rendszer telepítése igen költséges. A másik rendszer műholdas technológián alapszik, ez kevesebb infrastruktúrát igényel, hátránya viszont, hogy nagyságrendekkel drágább a felhasználók számára.

Magyarországon az utóbbi rendszert vezették be, de a német utakon is ezzel a technológiával szedik be az útdíjat (Vakhlné, 2008).

Az országos közúthálózat forgalmi teljesítménye hazánkban 2000 és 2010 között majdnem 40%-kal növekedett. Ez az úthálózat jelentős minőségbeli romlásához vezetett. Míg a korábbi években a fejlesztések finanszírozására inkább hazai források álltak rendelkezésre, addig az utóbbi években kizárólag EU-s forrásokat lehet bevonni a javítási költségek fedezésére. A költségvetésnek így nagy problémát jelentett az úthálózat karbantartása (Kuklai, 2013a).

A rendszer végül 2013. július 1-jén lépett életbe hazánkban. A hosszas tárgyalások ellenére, mégis meglepetésként érte a hazai fuvarozókat az e-útdíj bevezetése, ugyanis nem volt lehetőségük tesztidőszakra és sokan a technikai feltételeket sem tudták biztosítani a kért időpontra. A két héttel a tervezett indulás előtt beérkező számtalan reklamáció és panasz miatt kétségessé vált az e-útdíj bevezetése, végül július 1-jén elindult az új díjfizetési rendszer. Az érdekképviselők szerették volna, ha a fokozatosság elvével vezetik be a rendszert, azaz először csak a 12 tonna feletti járművek után kell alacsonyabb díjat fizetni, de erre sem került sor. Hazánkban két és fél hónapjuk volt az érintetteknek a felkészülésre, míg Németországban két és fél évig tartott a tesztidőszak. A vállalkozóknak tehát a felgyorsított bevezetéssel és az irreálisan magas árakkal volt a legnagyobb problémájuk (a hazai e-útdíj mértéke megegyezik az Ausztriában

fizetendőével és ennél az összegnél Európában csak Svájc területén kell többet fizetni az úthasználatért) (Rojkó, 2013). Azonban az Európai Bizottság is felfigyelt arra, hogy a rendszer túl rövid idő alatt indult el: „a magyar hatóságok az uniós véleményezés előtt életbe léptették az útdíjrendszert, holott az uniós előírások előzetes értesítést követelnek meg, mégpedig hat hónappal a bevezetés előtt” (I2).

A Bizottság szintén kifogásolta a díjtételeket, miszerint azok nincsenek összefüggésben az infrastrukturális költségekkel, túl magasak, és kiszámításuk nehezen átlátható. Az Európai Bizottság mégsem talált kivetnivalót a rendszerben, sőt, a viszonylati jegyet, mint magyar újítást, a többi tagállamnak is átvételre ajánlotta (I3). Az e-útdíj sikeres bevezetése a magyar innovációt és szakértelmet dicséri, hiszen az állam mellett sok hazai kis- és középvállalkozás vett részt a projekt kivitelezésében (Seszták, 2014).

Az új rendszer sajátossága a használatarányos útdíj fizetése, ami előnyt jelenthet azok számára, akik kevesebbet használják az utakat. Kormányzati szempontból pedig a kategóriák szerinti besorolás és a köztük lévő díjkülönbségek meghatározásának fő célja az volt, hogy ösztönözze a fuvarozókat, a járműpark megújítására, aminek gazdaságélénkítő hatása is van.

Az Állami Autópálya Kezelő Zrt. (ÁAK) által kihelyezett eszközökkel figyelik meg a fizetős útszakaszokon, hogy a járművek eleget tettek-e kötelezettségüknek. 74 darab fixen rögzített kapu, valamint 45 darab mobil, járművekbe telepített egység segíti az ellenőrzést. A rögzített eszközöket országszerte elszórtan, illetve a határállomásokon helyezték el, míg az autókkal bármely útszakasz megfigyelhető.

Ezek a berendezések lehetővé teszik a forgalom megállás nélküli ellenőrzését. A kihelyezett kamerák minden járműről két felvételt készítenek: egyet, amelyen a teljes szerelvény látszik és egyet, amelyen a rendszám. Ezen felül a műszer az áthaladó járművek legfontosabb adatait is rögzíti. Azonban akik a fedélzeti egységen keresztül intézik az útdíj befizetését, azok bárhol és bármikor ellenőrizhetőek függetlenül attól, hogy van-e a közelükben ellenőrzőpont (Krausz, 2013).

A belföldi áru fuvarozás területén azonban az e-útdíj bevezetésének hatására az eddigi költségek a többszörösére emelkedtek, hiszen a szabályozás elsősorban a 7,5 t össztömeget meghaladó járműveket érintette. A bevezetés előtt érvényben lévő díjszabást a 1. táblázat szemlélteti.

**1. táblázat: Magyarországi autópályák, autóutak és főutak használati díjai 2012-ben**

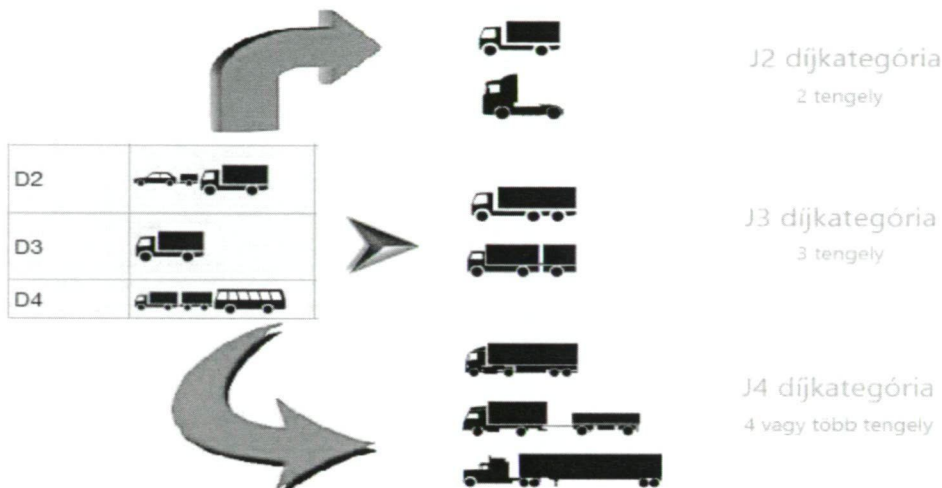
kategória	napos	heti	havi	éves
D1	-	2.975 Ft	4.780 Ft	42.980 Ft
D2	3.375 Ft	8.255 Ft	13.970 Ft	123.975 Ft
D3	3.375 Ft	12.600 Ft	20.370 Ft	184.985 Ft
D4	3.375 Ft	15.875 Ft	25.785 Ft	234.950 Ft

Forrás: I4



2013-tól a megtett úttal arányos díjfizetés mértéke a használt úttípustól (autópálya, autópálya vagy főút), a gépjármű kategóriájától (J2, J3, J4) és környezetvédelmi besorolásától is függ. A járműkategóriák átalakítását a 3. ábra szemlélteti. A korábbi D2, D3, D4-es kategóriákat átalakították a J2, J3, J4-es díjkategóriára.

3. ábra: Új díjkategóriák 2013-tól



Forrás: I5

Ugyanakkor a korábbi rendszerhez képest csoportokat hoztak létre a környezetvédelmi besorolások szerint (2. táblázat). A C csoportba sorolhatóak az EURO I-es környezetvédelmi kategóriába tartozó járművek. Ezek fizetik jelenleg a legmagasabb útdíjakat, mivel ők a leginkább környezetszennyezők. A második, B csoportba az EURO II-es besorolású autók kerültek egy alacsonyabb díjmértékkel. Az A csoportba pedig az EURO III, vagy annál jobb besorolásba tartozó járművek tartoznak a legkedvezőbb díjakkal.

A 2. táblázatban látható, hogyan változtak az éves költségek a bevezetés hatására egy korábban D4-es kategóriába sorolt nyerges járműszerelvény esetén (5 tengely, 40 t, 2,55 x 4 x 16,5 m). Ha éves szinten 120 000 km megtett úttal számolunk, akkor 2013 júliusa előtt a kilométerenkénti útdíj mértéke 1,96 Ft volt, amely a jelenlegi szabályozás mellett, besorolástól függően, 54-130 Ft/km-t jelent. Megállapítható, hogy az elektronikus útdíj bevezetésének hatására az úthasználatért fizetendő díj mértéke jelentősen emelkedett.

2. táblázat: 2013. július 01-től J4-es díjkategória (4 vagy több tengelyes jármű)  
díjak összehasonlítása

2013. július 01-től J4-es díjkategória			
Környezetvédelmi kategória	A >= Euro III	B Euro II	C Euro I
Főúton	54 Ft/km	68 Ft/km	81 Ft/km
Autópályán	87 Ft/km	108 Ft/km	130 Ft/km
Éves megtett távolság			
120 000 km			
Környezetvédelmi kategória	A >= Euro III	B Euro II	C Euro I
Főúton (éves ktg.)	6 480 000 Ft	8 160 000 Ft	9 720 000 Ft
Autópályán (éves ktg.)	10 440 000 Ft	12 960 000 Ft	15 600 000 Ft
2013. július 01 előtt D4-es díjkategória			
Napos	Heti	Havi	Éves
3 375 Ft	15 875 Ft	25 785 Ft	234 950 Ft

Forrás: Saját szerkesztés, I5

Ez egyes fuvarozóknak átmeneti likviditási problémát okozott, abból kifolyólag is, hogy az útdíj bevezetésekor csak előre fizetésre volt lehetőség, a kisebb cégek pedig nem tudták ezt előfinanszírozni. Ezért a Nemzeti Útdíjfizetési Szolgáltató Zrt. (NÚSZ) 2014 januárjától megteremtette az utólagos útdíj fizetés lehetőségét a megbízhatónak ítélt ügyfelek részére. Ez a konstrukció a stabil vállalkozásoknak lehetővé teszi, hogy akkor egyenlítsék ki a számlájukat – akár heti, kétheti vagy havi elszámolással – miután használják a díjköteles útszakaszt.

Emellett a kormány az áru fuvarozók számára egy államilag támogatott forgóeszközhitel konstrukciót dolgozott ki. Az Állami Autópálya Kezelő Zrt-nél regisztrált kis-és középvállalkozások az általuk üzemeltetett, útdíj fizetésre kötelezett gépjárművekre, járművenként maximum 1 millió Ft-os, rulírozó jellegű – azaz visszafizetés esetén ismételt, akár többször is igénybe vehető – forgóeszközhitelt igényelhetnek az Útdíj Hitelprogram keretében. A konstrukció segít áthidalni az úthasználat előtt fizetendő útdíj, és az akár 90 nappal később befolyó fuvardíj megérkezéséig tartó, likviditási nehézségeket okozó időszakot (I3).

Mivel az ágazatban igen nagy az árverseny, és a szolgáltatási díjak egyébként is alacsony szinten mozogtak, így egyértelmű volt a költségek áthárítása. Ezért az útdíj bevezetéséről, annak hatásairól és az ehhez kapcsolódó áremelési javaslatról az ügyfeleket időben értesítették. Nagy hangsúlyt fektettek a kommunikációra, azonban az áremelkedés elfogadtatása nem volt zökkenőmentes. Az is problémát okozott, hogy az útdíj rendszer év közben indult, így a megbízók egyfelől azzal érveltek, hogy ez a díjtétel bizonyára már előre beépítették a 2013-as árakba, másfelől pedig a következő évi ártárgyalásig szerették volna kitolni az áthárítást. A fuvardíj-emelés végül sikeresen ment végbe, több mint 80%-ban tudta a cég

átterhelni a költségeket a megbízókra. Ezt azonban rengeteg munka előzte meg: új ajánlatokat kellett készíteni, szerződéseket újratárgyalni, sőt azzal a problémával is szembesültek, hogy több kisebb fuvarozó nem tudta előfinanszírozni az új terhet, ez pedig alvállalkozói szinten a rendelkezésre álló közúti fuvareszközök csökkenéséhez vezetett. Így a bevezetést követő átmeneti időszakban nagyobb időráfordítást igényelt a fuvarfeladatok szervezése, optimalizálása.

## **6. Az e-útdíj és az iparűzési adó kapcsolata**

Az útdíj és az iparűzési adó viszonya nem egyszerű. A helyi adókról szóló 1990. évi C. törvény 40/A.§-át módosította a 2013. évi CIII. törvény 22.§ (1) bekezdése, mely hatályba lépett 2013. július 1-től. Eszerint a székhely, illetőleg a telephely szerinti önkormányzathoz az adóévre fizetendő iparűzési adóból, legfeljebb azonban annak összegéig terjedően levonható az adóalany által ráfordításként, költségként az adóévben elszámolt, az autópályák, autóutak és főutak használatáért fizetendő, megtett úttal arányos díj (útdíj) 7,5%-a. Azonban fontos megjegyezni, hogy az iparűzési adóból nem lehet levonni az autópálya matricáért fizetett ellenértéket és a külföldi autópályák, autóutak használatáért fizetett útdíjat sem.

A fuvarozók részéről gyakran felmerül, hogy az útdíjat tovább kívánják számlázni a vevő részére, melynek kettős haszna lehet:

- 6.) A fuvarozás költségeinek jelentős növekedését tovább tudják hárítani.
- 7.) Az úthasználati szolgáltatást közvetített szolgáltatásként kezelhetik az iparűzési adó meghatározásakor. Ez azonban nem lehet automatikus, figyelni kell a számla kiállításakor.

Miután az e-útdíj nem adókötelezettség, hanem egy szolgáltatás igénybevétele, a helyi adó törvényi előírásainak a figyelembevételével lehet közvetített szolgáltatás is. Ehhez az kell, hogy az e-útdíjat fizető társaság a belföldi vagy külföldi megrendelőjével írásban kötött szerződésben állapodott meg, hogy az e-útdíjat részben vagy egészében külön tételben a fuvar megrendelő felé továbbszámlázhatja és ténylegesen is továbbszámlázza.

Ekkor az e-útdíjként fizetett összeg, illetve annak arányos része közvetített szolgáltatásnak minősül, és mint ilyen, csökkenti a helyi iparűzési adó alapját (I6).

## **7. Az e-útdíjfizetési rendszer gyenge pontjai a fuvarozók szemszögéből, javaslatok a problémák megoldására**

Az e-útdíj bevezetése Magyarországon nem volt zökkenőmentes. Legnagyobb hiányossággként a tesztidőszak elmaradását említik az érintett vállalkozók. A rendszer gyors bevezetéséből adódó kellemetlenségek és fennakadások szintén a fuvarozókat terheltek.

A Magyar Közúti Fuvarozók Egyesülete (MKFE) nem sokkal az e-útdíj bevezetése után azonnali kezdeményezéssel fordult Németh Lászlóné fejlesztési miniszterhez, miszerint a használatarányos útdíj-rendszer hibáit orvosolni kell.

Ezek közül az egyik legfontosabb intézkedés az útdíj definíciójának módosítása lenne. A jelenlegi definíció: „az útdíj az útdíj-köteles elemi útszakasz megtételéért fizetendő, általános forgalmi adót is magában foglaló, a megtett úttal arányos úthasználat alapján az útdíj-szedő által kivetett díj.” Azonban a fuvarozók tapasztalata szerint a 6 500 kilométer díjfizetésre kötelezett útszakasz használatarányos megtételéhez a 2 075 elemi útszakasz kevés, hiszen sorozatosan tapasztalhatók a meg nem tett kilométerek utáni befizetések.

A viszonylati jegyet igénybe vevő mikrovállalkozások esetében problémát okoz az, ha telephelyükön felrakodnak, a legközelebbi jegyvásárlási lehetőség szabálytalanul közlekednek. Ennek elkerülése érdekében az MKFE javaslata az, hogy a mikrovállalkozásoknak a regisztrációt követően lehetősége legyen megjelölni legalább három, a környezetükben lévő viszonylati jegyértékesítő pontot, hogy az odáig tartó útszakaszon ne büntessék őket (Kuklai, 2013b).

Az elektronikus fizetési mód is számos fuvarozónak okozott bosszúságot mindamelllett, hogy anyagilag is terhes volt számukra a rendszer beindulása. Számos panasz érkezett az egyenlegfeltöltésre, előfordult 2–3 napos átfutási idő is. Márpedig folyamatosan figyelni kell az egyenleget, hiszen ha elfogy az egység a rendszerből, azonnal büntethető a jármű. Gyakori volt a túlszámlázás, bizonyos útszakaszok többszöri figyelembevétele, amely hibák ahhoz vezettek, hogy a feltöltéseknek lényegesen meg kellett haladniuk az előre kalkulált útdíj összegét. Nem lehetett látni a pénzmozgást, csak az egyenleg változását és utóbbiból találgatni azt, hogy mennyi a felhasznált pénzösszeg. A felsorolt fizetéssel kapcsolatos problémák az idő előrehaladtával csökkentek, de teljesen nem szűntek meg.

Az útvonaltervezés is sok bosszús percet okozott a sofőröknek. A fedélzeti eszköz ugyanis egy előre eltervezett útvonalat kalkulál, amely alapján történik az útdíj végleges összegének kiszámítása. A rendszernek azonban vannak hiányosságai, úgymint nem ismeri jó néhány nagy ipari park címét és kerülővel tervez, amelybe plusz fizetős szakasz is beleesik, vagy nem veszi figyelembe a súlykorlátozást és tiltott területre irányítja a járművet. Legjelentősebb problémája viszont az MKFE-hez érkező panaszokból leszűrve az, hogy nem engedi a rendszer az útvonal, illetve a célállomás megváltoztatását. Azaz megengedi, de az előre befizetett pénzből nem kapnak vissza. Tehát ha több le- és felrakó hely van az országban, vagy változik a cím, a célállomás, változik maga az útvonal is, a rendszerben nem szerepel olyan opció, hogy az előre befizetett útdíjből a fuvarozó visszakapjon és a tényleges úthasználat után fizessen. Ez egyébként ellentétes a hazai és nemzetközi fuvarozási szabályokkal is, amelyek lehetővé teszik, hogy az áru feladója utólagos rendelkezési jogával éljen, tehát jogában áll például a célállomást megváltoztatni.

A sofőrök, akik saját bőrükön tapasztalták a rendszer indulásakor kialakult zűrt, a hiányos tájékoztatást említik egyik legfőbb problémaként. A benzinkutaknál

az alkalmazottak sokszor nem tudtak a sofőrök segítségére lenni, a viszonylati jegy váltására alkalmas kioszkokat nem tudták használni, illetve megfelelő nyelvű tájékoztatót sem tudtak kiadni. A külföldi sofőrök arra panaszkodtak, hogy hivatalos állami szervektől semmilyen tájékoztatás nem érkezett a magyarországi e-útdíj bevezetéssel kapcsolatban, egyedül az MKFE információi alapján az IRU-tól (International Road Transport Union) tudtak előzetes hírekhez jutni (Krausz és Horváth, 2013).

## **8. A műszaki és informatikai eszközök fejlődésének hatásai a közúti szállításra**

Az elmúlt 10–15 évben több olyan technikai eszköz is megjelent a piacon, amely támogatja az áruszállítás folyamatát, a szervezést, a nyomon követést, vagy figyeli a jogszabályok betartását.

Az informatikai fejlettséget illetően jelenleg még elég nagy a szakadék az ezen a területen tevékenykedő, nagyobb vezető cégek és a többséget alkotó, kis és középvállalatok között. Nyilvánvaló kiindulási pont egy olyan globális IT (információs technológia) szállító megtalálása, amelynek gyakorlata van a web- vagy felhőalapú hosting területén is. Ajánlatosabb eleve olyan rendszert telepíteni, amely már alaphelyzetben testre tudja szabni a teheráru-fuvarozásával kapcsolatos feladatokat, a vámeljárást vagy a szállítmányfigyelést. A felhőalapú számítástechnika (cloudcomputing) vagy a web-hosting irányába történő elmozdulást a tökehiánnyal küszködő vállalkozások „kényszerítették ki”, ily módon elkerülve a jelentős költségeket, amelyek a hagyományos telephelyen működő informatikai rendszerekkel együtt járnak, beleértve az ezeket felügyelő szakszemélyzet bérét is. Ez jó példa arra, hogy milyen módon járulhat hozzá a gyenge gazdasági környezet a technológiai fejlődéshez.

Jelenleg a vállalati együttműködések során az adat és információ a legkülönbözőbb kommunikációs csatornákon (telefonon, papíron, emailben, faxon) áramolhat a felek között. Egyesek fejlett vállalatirányítási rendszerekkel rendelkeznek, és közvetlenül kapcsolódnak más vállalatok hasonló rendszereihez, de ez nem széles körben elterjedt.

Magyarországon az elektronikus útdíj bevezetésével egy időben jelent meg az On Board Unit (OBU) fedélzeti egység, amely a használatarányos útdíj fizetést segíti. Az OBU észleli, ha a fuvarozó díjköteles úton tartózkodik, és a gépjármű regisztrált beállításai alapján (melyet a [www.hu-go.hu](http://www.hu-go.hu) oldalon regisztrálhat) automatikusan kifizeti a megfelelő összeget. Az OBU használata sokkal előnyösebb, mint az útdíj fizetésére szintén alkalmas viszonylati jegy, mivel így a valóban megtett útszakaszok után az egyenlegből vonják le. A viszonylati jegy esetében az előre megtervezett útszakaszra előre kell fizetni, ami ha útközben módosul, akkor nincs mód visszaigénylésre. A módosult útszakaszra pedig új viszonylati jegyet kell váltani, ami többletköltséget jelent.

Az Electronic Data Interchange (EDI) - vagyis elektronikus adatsere - üzleti dokumentumok (pl. megrendelések, számlák) küldését és fogadását teszi lehetővé

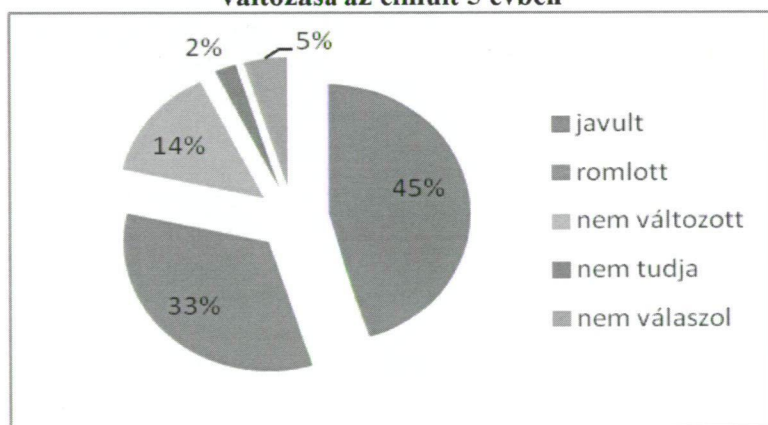
üzleti partnerek számítógépei között, meghatározott formátumban. Ezek szigorúan strukturált üzenetek számítógépek között, emberi közreműködés nélkül. Az EDI az üzleti partnerek elektronikus dokumentumainak küldésére és fogadására vonatkozó szabványnak tekinthető. Ezek alapján megállapítható, hogy a fenti eszközök alkalmazása pontosabb, költséghatékonyabb és gyorsabb információáramlást tesz lehetővé, amely hosszú távon a vállalat versenyképességét is növeli.

## 9. A szállítványozó piac kérdőíves vizsgálata

A szállítványozó piac vizsgálata akkor lehet teljes körű, ha maguktól az érintett cégektől kapunk információkat. Annak érdekében, hogy felmérjem az ágazatban dolgozók véleményét a piac jelenlegi helyzetéről, a verseny alakulásáról, illetve az arra ható tényezőkről, egy online kérdőíves kutatást végeztem. Célcsoportjaim a közúti fuvarozás és szállítványozás területén működő magyar kis- és középvállalkozások voltak. 56 válasz érkezett, 60%-ban 10 főnél kevesebb alkalmazottat foglalkoztató cégektől.

Az áruszállításban tevékenykedő cégek gazdasági helyzetének változását az elmúlt 5 évben a 4. ábrán szemléltetem.

4. ábra: Az áruszállításban tevékenykedő cégek gazdasági helyzetének változása az elmúlt 5 évben



Forrás: Saját felmérés, 2014

A felmérés alapján a cégek 45%-a ítélte meg úgy, hogy javult a vállalatuk versenypozíciója, 33% szerint viszont romlott a helyzetük. Ez az arány azt mutatja, hogy a gazdasági válság nehezen lassan sikerül túllépni, azonban egyes cégek még mindig nehézségekkel küzdenek. Ennek oka lehet a szállítási volumen visszaesése, illetve az is, hogy a fizetési fegyelem csökkenése emelkedő költségekkel párosult.

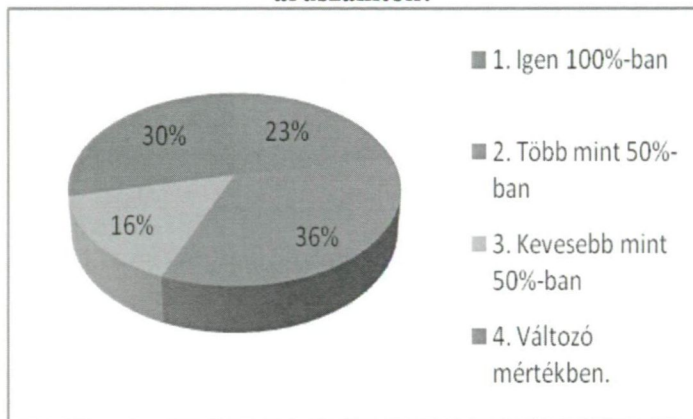
Itt elsősorban az elektronikus útdíj bevezetésére kell gondolni. Ugyanakkor a növekvő fuvardíjak okán a megbízók egyre inkább az olcsóbb megoldásokat keresik, kielevezve ezzel a versenyt a szállítványozók és a fuvarozók között.



Véleményem szerint azoknál a cégeknél ahol javulás következett be, a növekedés a piacról kieső versenytársak megbízásainak megszerzésével magyarázható.

Az e-útdíj rendszer bevezetésével az úthasználatért fizetett díjak a sokszorosára emelkedtek, ezért fontosnak tartottam megvizsgálni, hogy mindez hogyan hatott a cégek költségszerkezetére, milyen mértékben tudták érvényesíteni az útdíj költségeket a közúti áruszállítók (5. ábra).

**5. ábra: Milyen mértékben tudták érvényesíteni az útdíj költségeket közúti áruszállítók?**



Forrás: Saját felmérés, 2014

A válaszokból kiderült, hogy a megkérdezett vállalkozások 23%-a 100%-ban, valamint 36%-a több mint 50%-ban áthárította az útdíjat a megbízókra. A gyakorlat azt mutatja, hogy a 2013. július elsején bekövetkezett bevezetés mindezt nagyban nehezítette, mivel a megrendelők igyekeztek kitolni az áthárítást a 2013 év végéig, az új ártárgyalásokig, vagy azzal vádolták a fuvarozókat, hogy az útdíjat már előre beépítették az aktuális árakba. Másik fontos tényező, hogy a megrendelő csak a saját rakomány útvonalára hajlandó többletköltséget fizetni.

Az útdíjjal kapcsolatban azt is vizsgáltam, hogy a fuvarozók hogyan tudták megfinanszírozni az előre fizetésből adódó hirtelen jött terheket. Mint kiderült, a válaszadók 61%-ának nem volt szüksége külső segítségre, 11% pedig hitelt vett fel.

A Nemzetgazdasági Minisztérium az Útdíj Hitelprogram kidolgozásával igyekezett segíteni a kis- és középvállalkozókat. Azonban, mint a válaszokból is látszik, ez nem volt igazán vonzó a cégek számára, ráadásul a program jókora késéssel indult. Bizonyos esetekben előfordult még, hogy a megbízók az útdíjat előre kifizették. Ebben az esetben viszont fontosnak tartom megjegyezni, hogy mindez csak hosszú távú üzleti kapcsolatok esetében működőképes.

A piaci változásokhoz való igazodás és a hatékonyság egyik fontos területe az új technológiák követése és alkalmazása, illetve a megfelelő információ áramlás biztosítása. Ezért fontosnak tartottam megvizsgálni, hogy milyen informatikai háttérrel és vállalatirányítási rendszerrel rendelkeznek az áruszállítást végző cégek.

A válaszadók 65%-a számítástechnikai ellátottságát, fejlettségét közepesnek ítélte, fuvarszervezést támogató informatikai rendszerrel azonban csak 14% rendelkezik. Jórészt saját, egyedi igényeiknek megfelelő programokat használnak, míg egy kis részük a piacon megvásárolható „dobozos” szoftvereket alkalmazza.

Az informatikai ellátottság aránya azonban összességében igen alacsonynak mondható. A fejlődés irányait maguk a cégek is látják, hiszen arra a kérdésre, hogy véleményük szerint milyen logisztikai tendenciák vannak megjelenőben a magyar piacon, a legtöbben az információs és kommunikációs technológiák általánossá válását, illetve a fejlett logisztikai rendszert, mint versenyelőnyt jelölték meg. Az informatikai fejlettség alacsony szintje vélhetően a vállalatok költségstruktúrájának összetételében keresendő. A legtöbben előtérbe helyezik az adók, üzemanyag, útdíj és a karbantartási költségek fedezését, amelyek a jellegükből adódóan szükségesek a működéshez. Az informatikai fejlesztések azonban az esetek többségében háttérbe szorulnak, mivel ezek befolyásolhatóak vagy elhalaszthatóak.

Ez az eredmény nem sokban különbözik az NRC Kft., 2012-es kutatási eredményeitől. Az ötven főnél kisebb cégek 61%-ánál a cégvezetők az informatikát nem tartják stratégiai területnek. A magyar kisvállalkozások költségstruktúrájában 2%-ot jelent az informatika. Az ötven főnél kisebb magyar cégek vezetői közül minden nyolcadik cégvezető gondolja, hogy a cége fejlett IT-megoldásokat használ. A felmérésből kiderül, hogy az ötven főnél kisebb cégek 58%-a öt évnél is korosabb számítógéppel rendelkezik, ez igaz a szoftverekre is, hiszen azokat javarészt a gépekkel együtt vásárolták (I7).

Az ágazatban megfigyelhető tendenciákat vizsgálva a válaszadók úgy vélik, hogy a jövő bizonytalansága miatt egyre többen fognak felhagyni a fuvarozással és szállítmányozással. Ezt a tendenciát a NIT (Magánvállalkozók Nemzeti Fuvarozó Ipartestülete) 2012-es szervezeti és gazdasági beszámolója is alátámasztja, mely szerint 2012-ben a közúti áru fuvarozásban jelentősen csökkent a vállalkozások száma. 2011 végén még tízezer fölött volt a kizárólag belföldre érvényes engedéllyel rendelkezők száma, egy év múlva viszont már nem érte el a nyolcezeret sem. Mivel a nemzetközi relációban dolgozóknál alig volt csökkenés, ezért arra lehet következtetni, hogy a tendencia főként a belföldi fuvarozást és szállítmányozást érinti.

A fejlesztések, befektetések irányát tekintve költséghatékonyságot növelő, illetve a szolgáltatások minőségének javítását célzó intézkedésekben látják a cégek a fejlődés lehetőségét. Az egyre élesebb versenyben, ahol az ügyfelek a korábbinál jóval körültekintőbben kalkulálnak, még több ajánlatot kérnek be egy-egy fuvarfeladatra, a lehető legolcsóbb megoldást keresve, a költségek csökkentése a piaci pozíció javulását eredményezheti. Emellett a cégek minőségi szolgáltatások nyújtásával lesznek képesek magukat megkülönböztetni a konkurenciától.



## 10. Összegzés

A vizsgálat során megállapítottam, hogy Magyarországon a szállítási teljesítmények tekintetében 2009 óta megfigyelhető csökkenés, főként a belföldi áruszállítás volumenének visszaesésével magyarázható, aminek fő oka a fuvarozók versenyképességének romlása. Ez elsősorban abból adódott, hogy a fizetési fegyelem csökkenése emelkedő költségekkel párosult. A költségek tekintetében az elektronikus útdíj bevezetésének hatásaira fordítottam kiemelt figyelmet, hiszen ez a tényező jelentős többletterhet rótt a vállalkozásokra, és az előre finanszírozás is többeknek problémát okozott. A fuvarozók helyzetének alakulása a szállítmányozókat is jelentős mértékben befolyásolta, hiszen a megbízások teljesítésénél legtöbb esetben alvállalkozókra támaszkodnak. Az elektronikus útdíj bevezetésével olyan mértékben nőttek a költségek, hogy a nagy árverseny miatt már addig is alacsony árak következtében, ennek akár részben történő nem áthárítása is veszteséget jelentett volna fuvarozónak és szállítmányozónak egyaránt.

Az áthárítás során azonban jelentős problémát okozott a rendszer év közbeni indulása, hiszen a megbízók egyfelől azzal érveltek, hogy ez a díjtétel bizonyára már beépítették a 2013-as árakba, másfelől pedig a következő évi ártárgyalásig szerették volna kitolni az áthárítást. Az ágazat támogatásának szükségességét a kormány is felismerte, hiszen az elmúlt években több intézkedés is született. A Nemzeti Útdíjfizetési Szolgáltató Zrt. (NÚSZ) 2014 januárjától megteremtette az utólagos útdíjfizetés lehetőségét, a kormány pedig egy államilag támogatott forgóeszközhitel konstrukciót dolgozott ki, amely segít áthidalni az úthasználat előtt fizetendő útdíj, és a sokszor hónapokkal később befolyó fuvardíj megérkezéséig tartó, likviditási nehézségeket okozó időszakot. Ezen lépések hatásait a közúti fuvarozás és szállítmányozás területén működő magyar kis- és középvállalkozások körében vizsgálva arra a megállapításra jutottam, hogy többségük mégsem élt ezzel a lehetőséggel. Feltehetően a szigorú hitelminősítési követelmények miatt.

Véleményem szerint a felgyorsult információáramlás korszakában a cégek informatikai fejlettsége szintén hatással van a versenyképességre. Megvizsgálva a kérdést, az derült ki, hogy jelentős lemaradás tapasztalható ezen a téren. A magyarázat feltehetően a vállalatok költség szerkezetének összetételében keresendő, hiszen azoknál a cégeknél, amelyek pénzügyileg instabilak, a fejlesztések háttérbe szorúlnak. Ez azonban sajnos egy ördögi kör, mivel a változásokhoz való alkalmazkodás és versenyben maradás legfontosabb területei a termék- és szolgáltatás innováció, az új technológiák, valamint az üzleti folyamatok optimalizálása.

A jövőbeli fejlődés iránya lehet a kommunikációs eszközök összekapcsolása a vállalatirányítási rendszerrel, továbbá az elektronikus adatcsere alkalmazása, amely lehetővé tenné, hogy a megrendelő folyamatos jelentést kapjon az áru helyzetéről, meghatározott időközönként, mindezt emberi közreműködés nélkül.

Összességében elmondható, hogy a jól szervezett folyamatok növelik a cég hatékonyságát és a megbízó elégedettségét, a fejlett technológiai háttér, a piaci

trendek naprakész ismerete és a kellő rugalmasság együtt pedig, a siker és a versenyképesség fenntartásának kulcsa lehet.

## Irodalomjegyzék

- Chikán A. (2008): *Vállalatgazdaságtan*. Aula Kiadó Kft., Budapest.
- Dankó L. (2009): *Marketing-logisztika*. Miskolci Egyetem Marketing Műhely, Miskolc.
- Földesi P. (2006): *Logisztika I-II. jegyzet*. Széchenyi István Egyetem, Győr.
- Központi Statisztikai Hivatal (2013): Jelentés a szállítási ágazat helyzetéről, 2102. *Statisztikai tükrök*, 7 (96.), 1–10.
- Krausz J. (2013): Az e-útdíj túl van a harmadik hónapon. *Autó közlekedés*, Budapest. 25. 2013. november 4. 6–7.
- Krausz J., Horváth G. M. (2013): E-útdíj: a pénzbeszedés működik, a rendszer kevésbé. *Autó közlekedés*. 2013. 25. augusztus 2. 7–13.
- Kuklai K. (2013a): Stratégiai megállapodás. *Autó közlekedés*. 25. 2013. augusztus 2. 3.
- Kuklai K. (2013b): Konfliktusok helyett megoldandó feladatok. *Magyar Közlekedés*. 21 (13), 3.
- Navigátor (2014): 22 (3)
- Rojkó J. (2013): Az e-díj nem lehet más, mint a fuvar költség része. *Magyar Közlekedés*. 21 (11). 5.
- Seszták M. (2014): Egyéves az e-útdíjrendszer. *Navigátor*. 22. (7–8) 30.
- Vakhalné P. M. (2008): *Nemzetközi szállítmányozási és fuvarozási szakismeretek II*. PC-Line Stúdió Kft. Budapest.
- I1: NIT (Magánvállalkozók Nemzeti Fuvarozó Ipartestülete) 2012-es szervezeti és gazdasági beszámolója. <<http://www.nit.hu/index.php/rolunk/kueldetes-misszio>>
- I2: HVG: Eljárással fenyegeti Magyarországot Brüsszel az e-útdíj miatt In: <[http://hvg.hu/gazdasag/20130904\\_Eljarassal\\_fenyegeti\\_Magyarorszagot\\_Bruss#rss](http://hvg.hu/gazdasag/20130904_Eljarassal_fenyegeti_Magyarorszagot_Bruss#rss)>
- I3: Magyar Nemzet Online: Az Európai Bizottság is ajánlja a magyar újítást In: <<http://mno.hu/gazdasag/az-europai-bizottsag-is-ajanlja-a-magyar-ujitast-1196978>>
- I4: Adó online: Kovácsné Á. J. Az e-útdíj és az iparüzési adó. <<http://ado.hu/rovatok/ado/az-e-utdij-es-az-iparuzesi-ado>>
- I5: Magyarországi autópályák, autóutak és főutak használati díjai 2012-ben. <<http://autopalya.hu/>>
- I6: Új díjkategóriák 2013. <<http://www.nemzetiutdij.hu/>>
- I7: Az útdíj hitelprogram - kedvezményes hitel, még egyszerűbben. <<http://www.utdijhitel.hu/>>
- I8: Informatikai őskorban dolgoznak a magyar kisvállalkozások. <[http://nol.hu/gazdasag/informatikai\\_oskorban\\_dolgoznak\\_a\\_magyar\\_kisvallalkozasok-1448343](http://nol.hu/gazdasag/informatikai_oskorban_dolgoznak_a_magyar_kisvallalkozasok-1448343)>

## **A GYÓGYSZERTÁRI LOGISZTIKA ÉS A MINŐSÉGBIZTOSÍTÁS NÉHÁNY ÖSSZEFÜGGÉSE, VALAMINT KÖZREMŰKÖDŐI**

**Kómár Mária Magdolna – Gál József**

**Absztrakt:** A gyógyszerertár/patika olyan egészségügyi intézmény, amely szolgáltató és kiskereskedelmi funkciókat lát el. A hazai jogi háttér szigorú előírásokat fogalmaz meg, illetve működésében nagyon fontos a minőségbiztosítás. A gyógyszerertárakban, mint az üzleti világban általában, menedzser tervezi, szervezi, irányítja és ellenőrzi a folyamatokat. Kutatások rámutattak arra, hogy a női vezetők sikerebbé tehetik az ilyen típusú vállalkozásokat. Logisztikai és minőségbiztosítási rendszereik befolyásolják a gyógyszerertár versenyképességét, amennyiben helyesen tudják meghatározni piaci pozícióikat, versenyelőnyre tesznek szert. Feladataik megoldásához segítséget nyújt a logisztika, amely magában foglalja anyagok, személyek, az energia és az információk mozgását. Ehhez az alábbi négy tulajdonság (gyógyszerész szakma, QP - meghatalmazott személy, menedzser és nő) egy személyben kell, hogy együtt legyen. A tudástőke és az interperszonális kapcsolatok segítenek megoldani a felmerült problémákat.

**Abstract:** A pharmacy is such a health care institution that carries out health service and retail functions. The national legal framework has strict regulations about quality assurance. In the world of business a manager plans, organizes, directs and controls. Research has shown that the majority of business leaders think that companies with women executives are more successful. Logistics and quality assurance both influence company and pharmacy competitiveness on their own. When they combine they can determine market positions more significantly. Solving problems in logistics involves the movement of materials, personnel, energy and information. In the case I detail, the above four features (pharmacist, QP - Qualified Person, manager and woman) manifest in one person. Knowledge capital and interpersonal relations helped her solve the problem.

**Kulcsszavak:** gyógyszerertár, logisztika, minőség, vezetés, nők az üzleti életben

**Keywords:** pharmacy, logistics, quality, management, women in business

### **1. Bevezetés**

A gyógyszerertár a gyógyszerellátásra irányuló egészségügyi szolgáltató és kiskereskedelmi tevékenységet is végző egészségügyi intézmény. A gyógyítási folyamatban a gyógyszerertár lehet az első, de az utolsó láncszem is, ahol a beteg a gyógyszeres terápiájával kapcsolatban még irányítható és ellenőrizhető. A gyógyszerész az a személy, aki ezt kellő kompetenciával meg is teheti a patikában. A gyógyszerertári munka, a gyógyszerészet így válhat az elsődleges „kapuórré” (MGYK, 2013; Németh, 2005).

A gyógyszerertárak, mint az egészségügyi ellátás keretében működő intézmények fontos szerepet töltenek be a helyben, illetve vidéki kistélepek, elsősorban a kis-, apró- és törpefalvak esetében a vonzáskörzetben élők gyógykezeléssel és egészségmegőrzéssel kapcsolatos szükségleteinek kielégítésében, ami kihat az érintettek életminőségének alakulására (Kis, 2008).

Az egészségügyi törvény előírása szerint minden egészségügyi szolgáltató biztosítja a belső minőségügyi rendszer működését. A Magyar Gyógyszerész Kamara Minőségügyi Kézikönyvvvel nyújt segítséget a gyógyszertáraknak, mely által minden gyakorló gyógyszerész köteles biztosítani, hogy az általa nyújtott szolgáltatás a lehető legmagasabb színvonalú legyen (MGYK, 2013).

Az üzlet világában tevékenykedő szervezetek vezetői a menedzserek, akiknek szerepköre gyógyszertárakra is értelmezhető. A gyógyszertárvezető egy személyben számos feladatot lát el: tervez, szervez, irányít, ellenőriz. E szerepkörben, mint menedzser, azt a személyt testesíti meg, aki magára vállalja a különböző erőforrások összehangolásának feladatát, a kívánt célok elérése érdekében irányítja az erőforrásokat, és vállalja az ezzel járó kockázat egészét vagy egy részét (Imreh et al., 2008).

Az emberi erőforrás, a logisztikai és a minőségbiztosítási tevékenységek külön-külön is alapvetően befolyásolják a vállalkozások, így a gyógyszertárak piaci versenyképességét, együttes hatásuk pedig méginkább meghatározza a piacon elfoglalt helyzetüket.

## 2. A gyógyszerész

A beteg ember napjainkban egyre gyakrabban a hirdetések és az internetről szerzett információk felhasználásával diagnosztizálja tüneteit, és az orvos megkerülésével kezd sokszor veszélyes öngyógyításba. Ez a feladat nagymértékben megnöveli a gyógyszertári munka felelősségét és az egészségnevelésben betöltött szerepét.

A gyógyszerészek küldetése a magas színvonalú mindennapi gyógyszerész gyakorlat, a gyógyszerész gondozás, a gyógyszerek, és más gyógyászati termékek, valamint szolgáltatások szakszerű biztosítása, logisztikai folyamatok koordinálása. Kulcsfontosságú továbbá a gyógyszerészek kiváló kommunikációs képessége és a megfelelő információ átadása (információlogisztika), ezen kívül az embereknek és a társadalomnak segítségnyújtás abban, hogy legjobban használják fel ezeket és szükség esetén orvosi ellátáshoz irányítsák őket (Németh, 2005).

## 3. A minőségbiztosító

A gazdasági élet, ezen belül a termelés alapvető kategóriája a termékek hasznosíthatósága, tartóssága, célszerűsége, stb. Ezen tulajdonságokat egy szóval minőségnek nevezzük. A piaci alapon működő gazdaságokban a minőség fokozottan érvényesülő igény, mely nemcsak a tárgyként megjelenő termékek, hanem szolgáltatások esetében is alapvető követelmény (Pető et al., 2005).

A világon egyetlen egészségügyi intézmény sem engedheti meg magának azt, hogy figyelmen kívül hagyja a minőséget. Az egészségügy minősége az egészségügyi szakemberek, menedzserek, egészségpolitikai döntéshozók és a finanszírozók figyelmének középpontjába került. A minőséggel kapcsolatos irányelvek, tevékenységek - minőségügyi rendszerek, kézikönyvek - mind azt

szolgálják, hogy az egészségügy céljai explicit módon kerüljenek megfogalmazásra, a praxis tudományos alapú, transzparens és kontrollálható legyen (Gulácsi, 2000).

A minőségbiztosítási tudomány nagy klasszikusa, Deming szerint ennek alapja négy elem folyamatos, ciklikus ismétlése: „tervezz, hajtsd végre, ellenőrizd és lépj közbe” (angolul: plan, do, check, act - ezek kezdőbetűit összeolvasva beszélünk „PDCA” ciklusról). Azért „ciklus”, mert ezeket az elemeket folyamatosan kell egymás után alkalmazni.

Hogyan végezzünk tehát minőségbiztosítást? Az 1. táblázatban egy gyógyszerértékesítési tevékenység példáján mutatjuk be. (Tevékenység alatt érthetünk bármit, így az expedíálást, a magisztrális gyógyszerkészítést, gyógyszerbeszerzést, raktározást stb.).

Mitől függ a minőségbiztosítás foka és konkrét tartalma? A PDCA lépéseknek mindig meg kell lenniük (különben nem beszélhetünk minőségbiztosításról!), azonban ezek tartalma – az adott gyógyszerértékesítő jellegétől függően – nagyon különböző lehet. A fenti példából megítélhető, hogy a minőségbiztosítás folyamatos, nem egyszeri tevékenység.

A minőségbiztosítás célja:

- a szolgáltatások minőségének folyamatos fejlesztése, a szolgáltatás folyamatainak megismerése és részletes tervezése, ideértve a lehetséges hibák megelőzésének tervezését is,
- a szolgáltatások során felmerülő hiányosságok időben történő felismerése, a megszüntetéshez szükséges intézkedések megtétele és ezek ellenőrzése,
- a hiányosságok okainak feltárása, az azokból fakadó költségek, károk csökkentése,
- a szakmai és minőségügyi követelményeknek való megfelelés és a saját követelményrendszer fejlesztése.

Összefoglalva a gyógyszerértékesítési minőségbiztosítás a belső minőségügyi rendszer kialakítását és aktív működtetését jelenti (MGYK, 2013).

1. táblázat: Gyógyszertári tevékenység minőségbiztosítása

	Követelmény	Dokumentálás	Ismertetés, megbeszélés
<b>Első ciklus</b>			
<b>P</b>	Összeszedjük a tevékenységre vonatkozó jogi, szakmai szabályokat.	Maga a Minőségügyi Kézikönyv, ha csak a „saját gyógyszerhárra való konkretizálás” nem járt újabb szabály készítésével (mindent írásban!)	Minden munkatárssal ismertetjük ezeket és keltezzük aláíratjuk.
<b>D</b>	Minden munkatárs kövesse a szabályt.	Ha a szabály előírja.	Ha ezzel kapcsolatos megbeszélés történt, azt keltezzük, aláírásokkal dokumentáljuk és eltesszük.
<b>C</b>	A minőségbiztosítással megbízott gyógyszerész dönti el, hogy mindezeket hogyan ellenőrzi.	Ha ellenőrzés történt, azt dokumentálni kell (dátum, aláírások).	Ha ellenőrzés történt, annak eredményét ismertetni kell az érdekeltekkel (dátum, aláírások).
<b>A</b>	A minőségbiztosító (a személyi jogos gyógyszerésszel) eldönti: megfelelő-e a szabály alkalmazása, vagy további biztosíték kell?	Ezt dokumentálják (ok, dátum, aláírás).	Kérni a munkatársak ötleteit a tevékenység javításához.
<b>Második ciklus</b>			
<b>P</b>	A minőségbiztosító – a személyi jogos egyetértésével – megtervezi a javító vagy segítő intézkedést.	Ezt részletesen leírják (dátum, aláírások) és a helyi Minőségellenőrző Kézikönyv része lesz.	Ismertetik a munkatársakkal, mint fent.
<b>D</b>	Bevezetik a helyi szabályt.	A bevezetés időpontját dokumentálják.	Minden érintett munkatárs aláírja, hogy tudomásul vette.
<b>C</b>	A minőségbiztosító gyógyszerész időről-időre ellenőrzi, hogy elérték-e a kívánt célt?	Ezt dokumentálja, mint fent.	Az ellenőrzés eredményét ismerteti, mint fent.
<b>A</b>	Döntés: megfelelő-e most már a tevékenység minőségbiztosítása, vagy további belső szabályt dolgozzanak ki?	Mint fent.	Mint fent.
<b>Harmadik ciklus... stb.!</b>			

Forrás: MGYK (2013)

#### 4. A menedzser

A menedzsereknek önálló döntési jogkörük van, döntéseikkel kapcsolatban egyetemleges felelősséggel tartoznak a cég első számú vezetői, vagy a tulajdonosok felé elszámolási kötelezettségük van. Döntéseik hatást gyakorolnak a közvetlen társadalmi- és természeti környezetükre is (Zsótér és Császár, 2013). Az üzlet világában a menedzserek viselik a gazdaság kockázati elemeit, ők a gazdaság mozgatórugói, széles körben együttműködnek a gazdasági folyamatok más szereplőivel, akikkel a folyamatos működést biztosítják. Itt megemlítenénk, hogy nem csak a vállalatok, hanem a települések vezetőire is gondolni kell, akik mondhatni „menedzserei” feladatokat is ellátnak (Zsótér és Tóth, 2014).

Ahhoz, hogy egy menedzser az üzlet világában sikereket érjen el, a formális hatalmon túl – ami a kinevezések, posztjának betöltésével megvalósul – speciális emberi képességekkel és készségekkel is kell rendelkeznie, melyek biztosítják a vele szemben támasztott elvárásoknak történő megfelelést.

Imreh et al. (2008) megfogalmazásában az alapvető menedzserei készségek az alábbiak, melyeket a gyógyszerészekre is lehet értelmezni:

*Technikai készség.* A menedzser technikai készsége megmutatja, hogy „mennyire van otthon” a konkrét szakmai területen, annak technológiai folyamataiban, szaktudása mennyire naprakész, és az üzleti folyamatokban azonnal felhasználható (például pénzügyi, marketing, termelési, humánerőforrás-gazdálkodás területén). A technikai készség képessé teszi a menedzsert a napi feladatok rutinszerű megoldására, a szakmai problémák önálló elhárítására. A gyógyszerészek esetében a hihetetlen számban megjelenő gyógyszerek és egyéb, a gyógyszerértárakban forgalmazott termékek óriási kihívást jelentenek. A felhasználó vásárlási szándéka előtt a gyógyszerésznek már részletesen ismernie kell.

*Interperszonális készség.* A gyógyszerész interperszonális készsége megmutatja, hogy mennyire tudja kezelni az emberi kapcsolatokat, mennyire tud bánni az emberekkel, milyen empatikus készségekkel rendelkezik. Ezen készség szerepe annál fontosabb, minél több emberrel kell munkakapcsolatot kialakítania.

*Diagnosztikus készség.* A menedzser diagnosztikus készsége megmutatja, hogy mennyire képes felismerni a problémákat, megfogalmazni egy feladat lényegét, diagnosztizálni az adott helyzetet. Ez a jelenség napi szinten jelenik meg a patikában a korábban már leírt öngyógyítási jelenség felerősödésével. Nagyon fontos a feladatok pontos megfogalmazása, a problémák definiálására, a korrekt és szakszerű tájékoztatás, kiszolgálás. A diagnosztikus készség szerepe akkor a legfontosabb, ha a környezet gyorsan változik és a célok eléréshez vezető utat folyamatosan újra kell fogalmazni.

*Konceptuális készség.* A menedzser konceptuális készsége megmutatja, hogy mennyire képes tervek, koncepciókat készíteni, jövőt tervezni. A kifinomult konceptuális készség segítségével a menedzser képes a meglévő információk alapján megfogalmazni a szervezet előtt álló célokat, képes a feladatok között rangsorolni, valamint rendszerben gondolkodni, feltárni az ok okozati összefüggéseket a tulajdonosok körében, amennyiben az alább részletezett

készségeket is elsajátítja. A készség valójában egy tökéletesen elsajátított, begyakorolt cselekvési rutin. Ahol emberekkel is kell foglalkozni, ott ez különösképpen fontos.

Minztberg egyik kutatásának jelentősége elsősorban az volt, hogy megalapozta a menedzserek tényleges tevékenységével kapcsolatos vizsgálódásokat, ráirányította a figyelmet magára a területre. Kutatása során tíz menedzseri szerepet azonosított, melyeket három nagyobb csoportba sorolt be úgymint interperszonális, információs és döntési szerepek.

Természetesen egy - akár gyógyszerári - menedzseri tevékenység kapcsán többféle szerep váltja egymást, ezen szerepek eltérő arányban jelennek meg a különböző szintű vezetőknél. A szerepek széles tárházának ismerete, és azok alkalmazása egy-egy szituációban fontos tényező lehet a menedzser munkájának megítélésében (Imreh et al., 2008).

## 5. A nő, mint gyógyszerész

A McKinsey globális kutatása szerint a vállalatvezetők 72 százaléka úgy gondolja, hogy sikerebb az a cég, amelynek vezetésében nők is részt vesznek. Ennek ellenére a cégek többsége még mindig messze van attól, hogy vezetői körében csökkenjen a férfiak túlsúlya. A nők és férfiak esélyegyenlőségéről szóló uniós jelentés szerint különösen a felsővezetői pozícióban még mindig sokkal több a férfi az EU-ban, annak ellenére, hogy egyre több nőnek van magas képzettsége. A női vezetők aránya az utóbbi években nem változott, átlagosan 30 százalék, számos tagállamban azonban még ennél is kevesebb. A gyógyszerárakban (Jól-Lét KHA, 2012; Popova, 2002).

A köztudatban léteznek olyan sztereotípiák, amelyek a vezetővé válásban segíthetik a férfiakat, a nőket viszont éppen ellenkezőleg hátráltathatják. Így például a férfiakat logikusnak, racionálisnak, agresszívnek, stratégiai gondolkodásúnak, erős küzdő szellemnek tartják. A nők az általánosítás szerint intuitívek, emocionálisak, engedelmesek, együttérzők, spontán gondolkodók, együttműködők. Ebből az következik, hogy a férfi az, aki jó vezetőnek és döntéshozónak számít, a nő pedig hűséges támogatója és követője, annak ellenére, hogy ezek a sztereotípiák a társadalmi változások hatására folyamatosan változni látszanak (Popova, 2002). A gyógyszerész szakmában a nők aránya magasabb, így vezetőket is gyakrabban találni közöttük, akik magas színvonalon végzik munkájukat.

## 6. A minőségbiztosítás és logisztika a gyógyszerárban

A logisztika a piacgazdaság szervezési rendszere, magában foglalja az anyag-, személy-, energia-, és az információ-áramlatok rendszerbeli felügyeletét, irányítását és felügyeletét.



A gyógyszerértékesítési minőségügyi kézikönyv az alábbi logisztikai folyamatokat szabályozza (MGYK, 2013):

- Gyógyszergazdálkodás, készletezés
- Beszerzés
- A gyógyszerértékesítő kapcsolata beszállítóival
- Megrendelés
- Gyógyszerek, egyéb anyagok átvétele, tárolása
- Áruérkezéssel kapcsolatos reklamációk
- Gyógyszeranyagok átvétele
- Gyógyszerraktározás
- Raktározási körülmények
- A raktári rendezés elvei
- ABC-rend
- FIFO és FEFO elv
- A felhasználhatósági időtartam.

## **7. Egy gyógyszerértékesítő logisztikai minőségbiztosítása vs. interperszonális kapcsolatok**

A gyógyszerértékesítőknél a fenti logisztikai folyamatok közül az alábbiak végrehajtása - főként elektronikus formában, támogatással - történik meg: beszerzés, kapcsolattartás a beszállítókkal, gyógyszerek átvétele.

A gyógyszerrendelés számítógépes hálózaton keresztül, ritka esetben telefonon történik. Mind a két módszerrel azonnali információ kapható a megrendelés teljesítésének visszaigazolásáról, arról, hogy a megrendelt termék megérkezik-e patikákba, vagy részleges, ill. tartós hiány miatt nem. A továbbiakban a telephelyi gyógyszer nagykereskedőnél nem található tételek jól láthatóan annulált státuszba kerülnek.

A patikai informatikai programban lehetőség van arra, hogy még a rendelés elküldése előtt megnézze a gyógyszerész, hogy adott nagykereskedőnél a keresett termék van-e raktáron? Amennyiben az információ látható, hogy korlátozottan elérhető, ill. bizonytalan ellátás, abban az esetben szokás felhívni a nagykereskedelmi diszpécser központot, ahol a kollégák további pontosabb információt adnak.

## **8. Esettanulmány**

Az első szerző munkahelyén, a gyógyszerértékesítőknél történt, hogy egy négy napos ünnep miatt igen nehézkesé vált a gyógyszerrendelés. Egy szerda este egy beteg ritka és drága gyógyszer szeretett volna kiváltani a gyógyszerértékesítőknél. A gyógyszer a gyógyszerésznek rendelnie kellett, mivel a keresett gyógyszer éppen akkor a patikai raktárban nem volt és hivatalos helyettesítője sem létezik. A patikus megnézte az informatikai programban, hogy van-e a nagykereskedőknek. Azt az

információt kapta, hogy egy másik telephelyről átszállítható. Mivel ezt bizonytalanságra adott okot, ezért telefonon is felhívta a nagykereskedelmi diszpécser központot. Kiderült, hogy sajnos nincs a szegedi raktárnak, de Kecskemétre átkonvertálható a rendelni kívánt igen drága gyógyszer. Nagyon örültünk, hogy sikerült elintézni a nehezen beszerezhető gyógyszert és a négy napos munkaszüneti napok közötti pénteken (ezen a napon még volt gyógyszerkiszállítás, a többi napokon nem) sikerült a gyógyszert megrendelni.

Másnap a szombati munkarend szerinti pénteken menetrendszerűen megérkezett az áru (1. kép). A gyógyszerek átvétele a minőségügyi rendszer által rögzített és a minőségbiztosító által szigorú módon szabályozott (nagykereskedő által nyomtatott számla, elektronikus számla, ládákon elhelyezett kiszedői listák, elektronikus vonalkódos tételes gyógyszerátvétel) pontosan megtörtént. Sajnos azonban a rendelt gyógyszernek csak a papír alapú és e-számlája érkezett meg, a gyógyszer sem a többi ládában, sem a kiszedői papírokon nem volt (2. kép).

Munkaszüneti nap lévén telefonon elérni a telephelyeken senkit nem lehetett. Szerencsére menedzserünk gazdag kapcsolati, információs tőkével rendelkezik, így sikerült felvennie a kapcsolatot a szegedi raktárvezetővel, akinek ismerte a céges mobiltelefonszámát.

A raktárvezető délután csak a menedzser kedvéért ment be a telephelyre és előkereste a kecskeméti „eltévedt” ládát rejtő gyógyszert. Így tehát, a gyógyszerátvitelt vezető hölgy - aki rugalmasan és gyorsan felismerte a probléma legjobb megoldási lehetőségét - beutazott Szegedre és sikerült átvennie a raktárvezetőtől a gyógyszert, melyet azonnal ki is szállított a beteghez, aki még aznap este elkezdhette a gyógyszeres kezelését.

### 1. kép: Gyógyszerszállító ládák átvétel előtt



Forrás: A szerző saját készítésű fotója

## **2. kép: Gyógyszerszállító ládák átvétel közben**



Forrás: A szerző saját készítésű fotója

## **9. Összefoglalás**

A gyógyszerárakban dolgozó gyógyszerész vezetőnek nemcsak a szigorú szakmai, minőségbiztosítási követelményeknek kell megfelelni, hanem hatékony menedzserként, mint tervező, szervező, vezetői és ellenőrzői feladatokat is el kell látnia.

A fejlődő információs társadalom vállalati értéktermelési folyamataiban egyre jobban előtérbe kerül a technológián, a tudástőkén túl a vállalkozói tőke dimenziói, mely információs, kapcsolati és bizalmi formában hatékonyan jelennek meg a problémák megoldásában is.

A szigorú minőségbiztosítási rendszerek logisztikai fázisai sincsenek kivédve a nulla hiba célérték elérésének délibábjával. A gyógyszerár, ha versenyképesé akar válni, kiváló szállítóképességekkel kell rendelkeznie, mellyel minimalizálhatja a kockázatot a betegnél, mint vásárlónál és egyben bizalmat is ébreszt. A patikában keletkező számos logisztikai probléma megoldásában aktívan vesz részt a szakmát képviselő gyógyszerész, a minőségért felelős minőségbiztosító, a számos készséggel (technikai, interperszonális, diagnosztikus, konceptuális) és szerepkörrel rendelkező menedzser. Jelen esetben a négy kategóriát egy személy testesítette meg, aki végül a probléma megoldásának kulcsát az interperszonális kapcsolataiban találta meg.

## Irodalomjegyzék

- Gulácsi L. (2000): *Minőségfejlesztés az egészségügyben*. Medicina Könyvkiadó, Budapest.
- Imre Sz., Kürtösi Zs., Majó Z., Vilmányi M. (2008): *Menedzsment I.* SZTE GTK, Szeged.
- Jól-Lét Közhasznú Alapítvány (2012): „Korszakváltás” – női munkavállalás korlátok nélkül. Szakmai kivonat a 10. születésnapját ünneplő Jól-Lét Közhasznú Alapítvány jubileumi HR-szakmai konferenciájáról. 2012. november 22. <<http://jol-let.com/hasznos-informaciok-cegeknek/korszakvaltas-noi-munkavallalas-korlatok-nelkul-konferencia-osszefoglalo/>> (2014.10.20.)
- Kis K. (2008): The examination of settlement functions in the Hódmezővásárhely micro-region according to the institutional provision. *Agrár- és Vidékfejlesztési Szemle*, 3 (1), 1–6.
- MGYK – Magyar Gyógyszerész Kamara Gyógyszertárak Minőségi Fejlesztését Segítő Munkabizottság (2013): *Minőségügyi Kézikönyv Gyógyszertárak Részére*. <[http://www.mgyk.hu/admin/data/file/2049\\_minosegugyi\\_kezikonyv\\_vegl1130410.pdf](http://www.mgyk.hu/admin/data/file/2049_minosegugyi_kezikonyv_vegl1130410.pdf)> (2014.10.11.)
- Németh E. (2005): Új kihívás a gyógyító, megelőző kommunikációban: a reklámok növekvő hatása. *Gyógyszerészet*, 49 (3) 155–158.
- Pető É., Heathcote, G. (2005): *Változások az egészségügyi ellátásban – a változások menedzselése*. Medicina Könyvkiadó, Budapest.
- Popova K. (2002): *Sikeres női vezetők attitűdjei. Női vezetők a férfiak világában*. BGF, Budapest.
- Zsótér B., Császár V. (2013): Examination of the socio-economik effects of a large food company in the south hungarian plain on a given settlement. In: Ubreziová I, Horská E (szerk.) *Modern Management in the 21st Century – Theoretical and practical issues*. Nitra: Slovak University of Agriculture, 359–385.
- Zsótér B., Tóth A. (2014): Examination of satisfaction related to investments (2006–2011) accomplished by the local council in Abony. Review of Faculty of Engineering: *Analecta Technica Szegedinensia online*: 8 (1), 33–37.

## **PNEUMATIKUS MESTERSÉGES IZOM ÁLTAL MŰKÖDTETETT REHABILITÁCIÓS ESZKÖZÖK TERVEZÉSE ÉS KIVITELEZÉSE**

Sárosi József – Csikós Sándor – Szabó Zénó – Bálint Ádám – Gergely Attila –  
Dobó Franciska

**Absztrakt:** A pneumatikus mesterséges izom (PMI) egy sűrített levegővel működő, összehúzódo-kitáguló eszköz. A sugárirányú tágulással egyidejűleg a membrán tengelyirányban összehúzódik, ezáltal húzóerőt fejt ki a terhelésén. Az általa generált erő és mozgás egyenes vonalú és egyirányú. Mivel a PMI egyszeres működésű (csak húzóerőt képes kifejteni), a kétirányú mozgás megvalósításához két izom szükséges - a valóságos izmokhoz hasonlóan. Az egyik mozgatja a terhet, míg a másik a célpozícióban fékként működik. Ellenkező irányú mozgásnál az izmok szerepet cserélnek. Ezeket a szembekapcsolt izmokat antagonisztikus izompárnak, a mozgató izmot flexornak vagy agonistnak, a fékező izmot extensornak vagy antagonistnak is nevezzük. Ezen elrendezéssel lineáris és forgó mozgás is megvalósítható. A PMI-k jellemzője továbbá, hogy egyszerű felépítésűek, könnyűek, eredendően rugalmasak, egyszerű üzemvitelűek, nagy sebességre képesek, nagy a teljesítmény/tömeg és teljesítmény/térfogat arányuk, olcsók és nagy üzem-, robbanás- és tűzbiztonságúak. E munkánkban általunk megtervezett és kivitelezett, PMI-ket tartalmazó rehabilitációs eszközöket ismertetünk.

**Abstract:** Pneumatic artificial muscle (PAM) is an actuator, which converts pneumatic energy into mechanical form by transferring the pressure applied on the inner surface of its bladder into the shortening tension. PAMs' source of energy comes from pressurized gas, usually air. There are a lot of advantages of pneumatic artificial muscles like the high strength, good power-weight ratio, low price, little maintenance needed, great compliance, compactness, inherent safety and usage in rough environments. As PMAs are one-way acting, two are needed to generate bidirectional motion: as one of them moves the load, the other one will act as a brake to stop the load at its desired position. To move the load in the opposite direction the muscles change function. This opposite connection of the muscles to the load is generally referred to as an antagonistic set-up: the driving muscle is called the flexor or agonist, while the brake muscle is referred to as the extensor or antagonist. The antagonistic coupling can be used for either linear or rotational motion.

**Kulcsszavak:** pneumatikus mesterséges izom, Fluidic Muscle, rehabilitációs eszköz

**Keywords:** pneumatic artificial muscle, Fluidic Muscle, rehabilitation device

### **1. Bevezetés**

A kontrakciós pneumatikus munkahengereket a szakirodalmak többnyire pneumatikus mesterséges izmoknak vagy pneumatikus izom végrehajtóknak nevezik. A pneumatikus mellett további végrehajtótípusok is ismertek, melyek mesterséges izomként használhatók: alakmemória ötvözet végrehajtók, elektrosztatikus végrehajtók, magnetrostrikciós végrehajtók, piezoelektromos végrehajtók, valamint polimerikus végrehajtók. A PMI-k az orvostudomány területén betöltött szerepükön (pl. művégtag mozgatása, ismétlődő feladatok elvégzésére szolgáló rehabilitációs eszközök mozgatója) túl egyre fontosabb szerepet játszanak a robotika (pl. ugráló és sétáló robotok), valamint ipari

alkalmazások (pl. lyukasztógép, papír- és fóliatekerceselő, emelőszerkezet, illetve vibrációs tölcser) végrehajtó elemeként (Sárosi, 2013).

A kontrakciós pneumatikus munkahenger alapötlete az orosz Garasiev nevéhez fűződik és egészen az 1930-as évekig nyúlik vissza, azonban a kor akkori technológiai szintje csak korlátozott alkalmazást tett lehetővé. Az első igazi áttörés Joseph L. McKibben nevéhez fűződik az 1950-es években, aki - miután vizsgálta az analógiát a pneumatikus és a természetes izmok között - az általa tervezett és a róla elnevezett pneumatikus izmot alkalmazta rehabilitációs eszközben a paralízisben szenvedők mozgásának megkönnyítésére. A pneumatikus mesterséges izmok számos változatát kidolgozták mára. Így a legelterjedtebb, McKibben típus mellett a szakirodalmak további pneumatikus izmokat is megemlítenek: Yarlott, ROMAC, Kukolj, Morin, Baldwin, Pleated PAM, Rubbertuator, stb. Gyakran a működésükre utaló elnevezésekkel találkozunk: Pneumatic Muscle Actuator, Fluid Actuator, Fluid-Driven Tension Actuator, Axially Contractible Actuator és Tension Actuator (Daerden, 1999; Daerden és Lefeber 2002), valamint Fluidic Muscle (Festo, 2005).

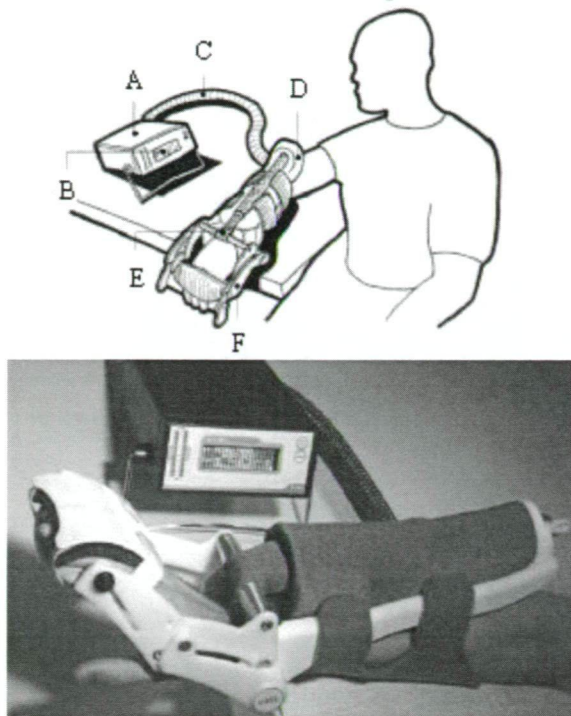
E tanulmányban – mely folytatása Sárosi és Gyeveki (2010) munkájának – ismertetésre kerülnek pneumatikus mesterséges izmok által működtetett rehabilitációs eszközök, melyeket hallgatók bevonásával fejlesztettünk ki.

## **2. Pneumatikus mesterséges izom által támogatott kézterápiás eszköz**

E rehabilitációs eszköz kifejlesztése Koeneman et al. (2004) munkája alapján történt, akik a csukló és ujjak terápiás kezelésére szolgáló, PMI-ket magába foglaló eszközt ismertettek (1. ábra). A tervezés fő célja egy olyan eszköz létrehozása volt, amely az alkalmazott idegkutatási tanulmányok legújabb eredményeit felhasználva agyvérzést túlélte betegek kézfunkciójának javítására szolgál. Az elnevezéssel (Mentor<sup>TM</sup>) is biztani akarják a betegeket, hogy segítsenek önmagukon.



1. ábra: **Mentor™** kézterápiás eszköz

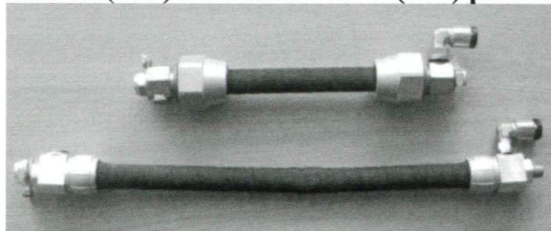


Jelmagyarázat: A - működtető egység, B - kijelző, C - levegőtömlő, D - alkarbefogó, E - PMI, F - mozgató mechanizmus

Forrás: Koeneman et al. 2004

Az általunk kidolgozott kézterápiás eszköz két különböző típusú PMI-t tartalmaz: MAS-10-100 (10 mm belső átmérőjű és 100 mm hosszúságú), valamint DMSP-10-250 (10 mm belső átmérőjű és 250 mm hosszúságú) (2. ábra). Az előbbi a csukló, míg az utóbbi az ujjak mozgatásáért felel. Mindkét izmot a Festo szabadalmaztatta és gyártja Fluidic Muscle néven.

2. ábra: **MAS-10-100 (fent) és DMSP-10-250 (lent) pneumatikus izmok**

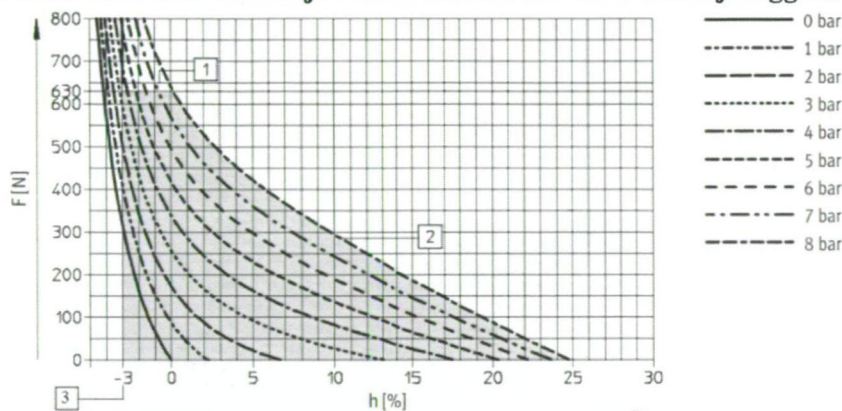


Forrás: A szerzők saját szerkesztése

A PMI-k legfontosabb jellemzőit az erő-kontrakció (erő-relatív elmozdulás) függvénykapcsolat írja le konstans nyomásokon. Ahogy a 3. ábra is bizonyítja, a

PMI-k által kifejtett erő adott nyomáson az izom összehúzódásával csökken és minimális értéke ( $F = 0$  N) a kontrakció-maximumnál (minimális hosszúságnál) lép fel.

3. ábra: A 10 mm átmérőjű Fluidic Muscle erő-kontrakció jelleggörbéje



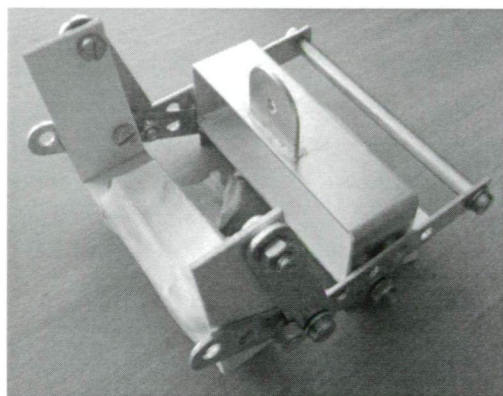
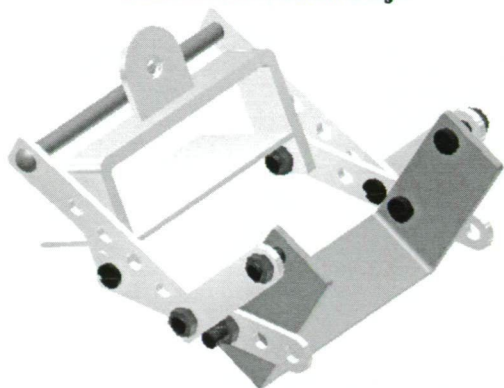
Jelmagyarázat: 1 - maximális erő, 2 - maximális túlnyomás, 3 - maximális megnyújtás,  $h[\%]$  - kontrakció

Forrás: Festo 2005

A kézterápiás eszköz fő eleme Autodesk Inventorban került megtervezésre. Az ujjak tartását és mozgását szolgáló elem virtuális modelljét és az elkészített szerkezetét a 4. ábra szemlélteti.



**4. ábra Az ujjak tartásáért és mozgásáért felelős elem virtuális modellje és elkészült konstrukciója**

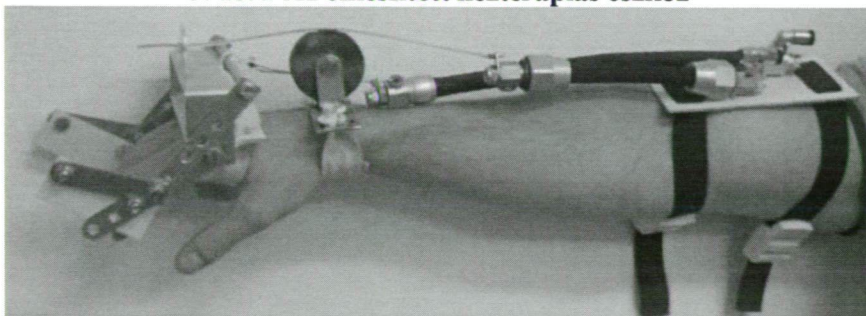


Forrás: A szerzők saját szerkesztése

Az 5. ábra a teljes kézterápiás készüléket mutatja. Mivel a rögzítő szíjak gumírozott anyagból készültek, ezért különböző méretű kezekre is fel lehet rögzíteni a berendezést. A megépített vázszerkezetbe be kell bújtatni a kézfejet, majd rögzíteni azt a felső, ill. az alsó ujjperceknél. A felső ujjperceknél lévő meggátolja, hogy leessen a kézről az eszköz, az alsó ujjperci rögzítés pedig stabilan tartja az ujjakat. A csigát tartalmazó részt a csukló tetejére kell feltenni és a csuklóra felszíjazni. A pneumatikus izmokat a kar felső részére kell rögzíteni a szíjak segítségével.

A terápiás eszköz feladata az ujjak kinyújtása és a kézfej felemelése, ami az izomba juttatott sűrített levegő révén valósul meg. A beteg állapotához és sérüléséhez mérten kell beállítani a megfelelő nyomásértéket, ami a kívánt tartományban mozgatja a kezét.

### 5. ábra Az elkészített kézterápiás eszköz

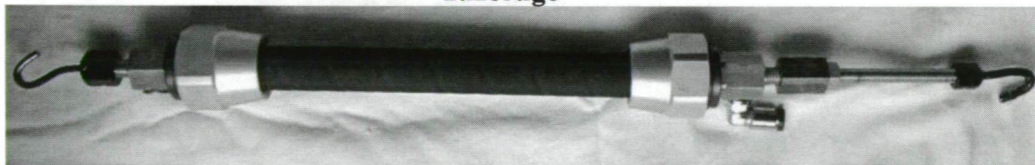


Forrás: A szerzők saját szerkesztése

### 3. Pneumatikus mesterséges izom által támogatott rehabilitációs eszköz az alsó végtag mozgására

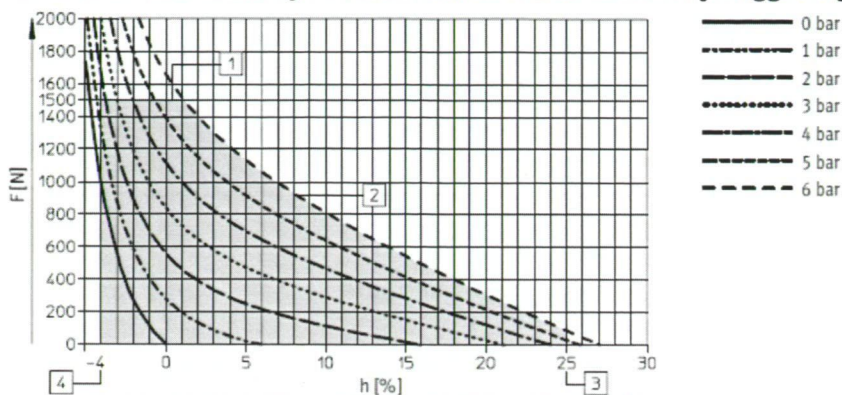
Az alsó végtag rehabilitációjára szolgáló eszköz egy PMI-t (MAS-20-200, ami 20 mm belső átmérőjű és 200 mm hosszúságú) és egy rugót tartalmaz (6. ábra), melyek egyaránt méretezés útján kerültek kiválasztásra. Ahogy a 7. ábrán látható, a nagyobb átmérőjű izom nagyobb erő kifejtésére alkalmas adott nyomásértéken.

### 6. ábra Méretezés után kiválasztott 20 mm átmérőjű PMI és 2x20x135 mm-es húzórugó



Forrás: A szerzők saját szerkesztése

### 7. ábra A 20 mm átmérőjű Fluidic Muscle erő-kontrakció jelleggörbéje

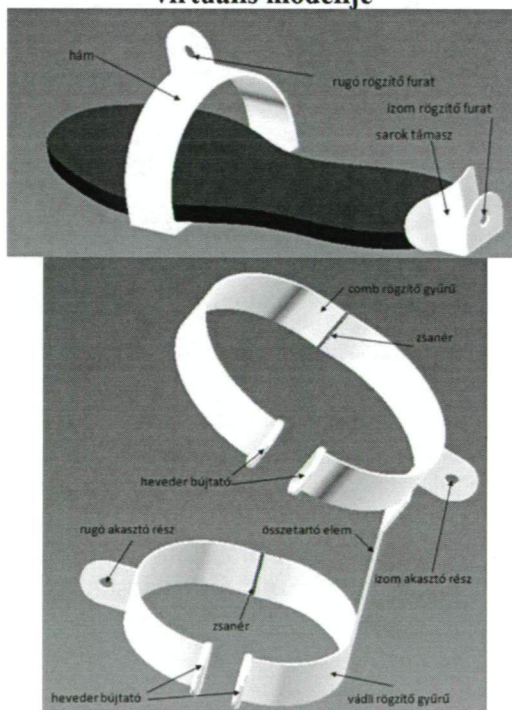


Jelmagyarázat: 1 - maximális erő, 2 - maximális túlnyomás, 3 - maximális megnyújtás,  $h$ [%] - kontrakció

Forrás: Festo 2005

A legfontosabb elemek (talp, illetve comb-vádli rögzítő szerkezet) megtervezése itt is Autodesk Inventorban történt (8. ábra).

### 8. ábra A rehabilitációs eszköz talp és comb-vádli rögzítő szerkezetének virtuális modellje

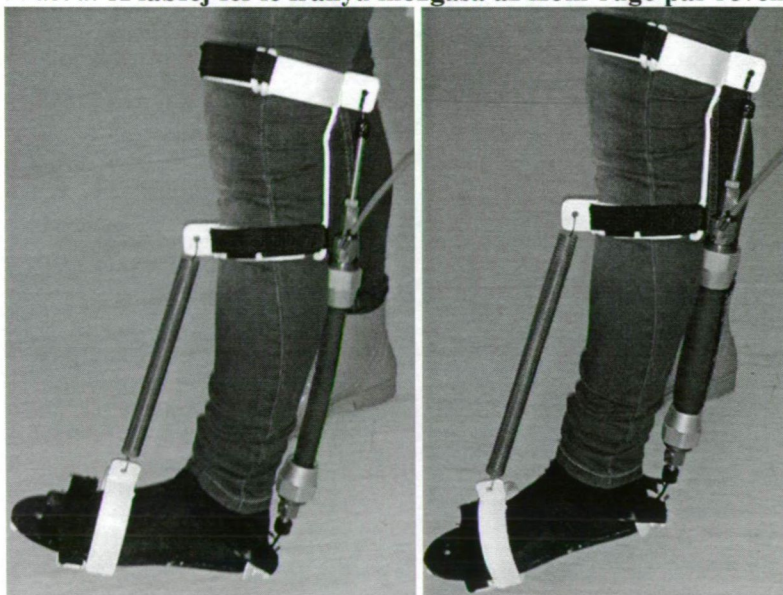


Forrás: A szerzők saját szerkesztése



Ahogy a 9. ábra szemlélteti, a rugó elől, míg az izom hátul csatlakozik a talp és a comb-vádli rögzítő szerkezetéhez. A rehabilitációs eszköz lényege, hogy az izom hátrafeszíti a bokát, míg a rugó ezzel ellentétes erőt fejt ki, mely segítségével visszaállítja a lábfejet az eredeti állapotába. Azért kellett egy izom-rugó párt választani az antagonisztikus működéshez, mert két izom - hely hiányában - nem tudta volna a lábfejet megfelelő mozgástartományban mozgatni. Az eszköz kényelmes viseletet biztosít a rehabilitáció alatt. Itt is a beteg állapotához és sérüléséhez mérten kell beállítani a megfelelő nyomásértéket, ami a kívánt tartományban mozgatja a lábfejet.

9. ábra: A lábfej fel-le irányú mozgása az izom-rugó pár révén



Forrás: A szerzők saját szerkesztése

#### 4. Következtetések, jövőbeni irányok

Egyre jobban előtérbe kerülnek olyan robotikus eszközök, melyek mind a klinikákon, mind az otthon elvégzendő, ismétlődő feladatú fizioterápiás folyamatok elősegítését szolgálják. Statisztikák igazolják, hogy gyógyászati szakemberek hiánya várható, így az ilyen eszközök elterjedése prognosztizálható. E munkánkban azt igazoltuk, hogy a pneumatikus aktuátorok nem csak ipari környezetben, hanem az orvostudomány területén is alkalmazhatók. Ehhez természetesen ki kell egészíteni a mérnöki tervezést és kivitelezést klinikai teszteléssel, ami egyik bemutatott eszköznél sem valósult meg.

## **Irodalomjegyzék**

- Daerden F. (1999): *Conception and Realization of Pleated Artificial Muscles and Their Use as Compliant Actuation Elements*. PhD Dissertation. Vrije Universiteit Brussel, Faculteit Toegepaste Wetenschappen Vakgroep Werktuigkunde, 5–33.
- Daerden F., Lefeber D. (2002): Pneumatic Artificial Muscles: Actuator for Robotics and Automation. *European Journal of Mechanical and Environmental Engineering*. Vol. 47, 10–21.
- Festo (2005): Fluidic Muscle DMSP, with Press-fitted Connections, Fluidic Muscle MAS, with Screwed Connections. Termékkatalógus. 39.
- Koeneman E. J., Schultz R. S., Wolf S. L., Herring D. E., Koeneman J. B. (2004): A Pneumatic Muscle Hand Therapy Device. *Proceedings of the 26th Annual International Conference of the IEEE EMBS, San Francisco, CA, USA*, 1–4 September, 2711–2713.
- Sárosi J. (2013): *Pneumatikus mesterséges izmok működésének statikus és dinamikus modellezése, nagypontosságú pozicionálása*. Doktori (PhD) értekezés. SZIE Műszaki Tudományi Doktori Iskola, Gödöllő, 161.
- Sárosi J., Gyeviki J. (2010): Pneumatikus izomelemek alkalmazása gyógyterápiás eszközökhöz. *Jelenkori Társadalmi és Gazdasági Folyamatok*. Vol. 5, No. 1–2, 278–282.